Numéro 3 / Décembre 2012 / www.maghreb-digital.com / 20 DH



Digital
aghreb



Les chantiers 2013 de Gemalto Maghreb

Service après vente Samsung Maroc : Mode d'emploi

Cerius informatique : un nouveau grossiste informatique sur le marché marocain !

Finance Islamique au Maroc : Perspectives informatiques

Nokia : la feuille de route 2013 de la nouvelle direction Afrique du Nord





Qu'est-ce qu'un projet de mise en conformité à la loi 09-08 ?



Maroc Telecommerce : le pari du multi-canal avec "Fatourati"





Les Réseaux sociaux et la révolution arabe ?



TIC en 2013 : 8ème mois d'une gestation difficile !



Rachid JANKARI
Directeur de la publication
rachid@jankari-consulting.com

L'année 2013 est, sans aucun doute, pour les TIC ce que le 8ème mois est pour une mère enceinte : très critique pour la survie de son foetus. En effet, cette année marque un tournant sur plusieurs chantiers liés à la thématique des technologie de l'information au Maroc.

En premier lieu, c'est l'année où les professionnels attendent le déblocage des projets des administrations et des organismes publics. L'année 2012, était une sorte d'année "blanche".
L'ascension du gouvernement Benkirane et le contexte régional marqué par les révolutions du printemps arabe ont contribué à ralentir l'économie du pays et les appels d'offres publics en TIC se sont fait rares.

Un marché, bien que difficile dans son processus de recouvrement, représente une part non négligeable et structurante du business ciblé par les nombreuses SSII et grossistes informatiques.
C'est sûr, en 2013, le ministre en charge du dossier des TIC ne manquera pas de pain sur les planches. D'une part, M. Abdelkader Amara est tenu de respecter sa promesse de communiquer un bilan de la stratégie Maroc Numeric 2013.
Et d'autre part, il devra trancher sur la pertinence de créer ou non une agence dédiée à l'e-gov.

Par ailleurs, il lui incombe de tenir compte des recommandations attendues de l'étude en cours, menée l'initiative de la CDG, sur les nouvelles mesures incitatives à l'offshore au Maroc.

L'autorité de régulation n'est pas en reste. L'ANRT devra respecter ses engagements sur deux dossiers importants : L'initiation de la mise en oeuvre du plan du haut débit et du très haut débit 2022 et le processus de déploiement de la 4G à l'horizon 2014.

Au-delà des responsabilités et des engagements des pouvoirs publics, l'ecosystème privé poursuit sa dynamique après une année difficile. De nombreux acteurs internationaux continuent de croire au potentiel du marché marocain et maghrébin.

Les SSII et les sociétés locales résistent aux séquelles de la crise et gardent le cap sur le développement y compris à l'international.

Certes, la gestation n'est pas encore arrivée à terme. Mais il faut se mettre à l'action pour que 2013 soit l'année de la reprise. Pour cela, l'heure n'est plus à la tergiversation mais à l'action !

Sommaire

E-entreprise

• Maroc Telecommerce : “Fatourati” décroche le prix de l’innovation 2012 — 6
• Intelcia s’installe à Casanearshore — 8
• Cerius informatique : un nouveau grossiste informatique sur le marché marocain ! — 12

Technopark

• Réseau Maroc entreprendre s’installe au Technopark — 14
• Helpmoi : Meilleur projet Startup Weekend Casa 2012 — 14
• Rplus Technologies : pour une économie verte des téléphones mobile — 15
• Bheco Services : OpenERP sur mesure — 15
• Paradox : le pari de la communication digitale ! — 16
• HorizonWeb s’installe au Technopark de Rabat — 16

Système d’information

• PME-PMI : Faut il oser la simulation des flux, comme outil d’aide à la décision ? — 20
• Intel promeut son offre UltraBook au Maroc — 22

Innovation

• Internet à l’épreuve de la “sur-privatisation” de l’innovation ! — 24

Focus

• Les chantiers 2013 de Gemalto Maghreb — 26
• Nokia Maroc : la feuille de route 2013 de la nouvelle direction Afrique du Nord — 30

Sécurité

• Qu’est-ce qu’un projet de mise en conformité à la loi 09-08 ? — 32
• NFC : principes et applications de la communication en champ propre — 34
• Kaspersky lance au Maroc Internet Security 2013 — 36

Mobilité

• Tbook délocalise son support international au Maroc — 38

Tribune libre

• Business intelligence : de la donnée à la sagesse — 40
• Tout est réseau ! — 44
• Finance Islamique au Maroc : Perspectives informatiques — 45

Pratique

• Samsung Electronics Maroc : visite guidée de service après vente — 46

RH & TIC

• Microsoft Maroc renforce ses équipes — 48
• La chasse aux managers de Supply Chain ! — 50

Internet

• Les Réseaux sociaux et la révolution arabe ? — 52



Directeur de la publication :
Rachid Jankari
rachid@jankari-consulting.com

Ont collaboré à ce numéro :
Lamia Benhiba - Ahlam Heramch - Hadj Messaoud Khabtou
Aouatif El Fakir - Fayçal Benaachou- Frédéric Thu
Wail Aaminou

Assistante commerciale & administrative :
Merieme Khairane

Rédactrice en chef :
Wafaa Tajri

Direction artistique :
Afkar Digital

Maghreb digital est édité par Jankari Consulting :
Technopark Casablanca, bureau 334.
Tél : +(212) 5 22.873.809 - Fax : +(212) 5 22.873.806 - www.maghreb-digital.com
Dossier presse : 2012 / 05 - Dépôt légal : 2012 PE 0033
Imprimerie : Edit

Le service de paiement multi-canal de Maroc Telecommerce "Fatourati" décroche le prix de l'innovation 2012

Consécration. La société Maroc Telecommerce a décroché le prix "PME" pour l'innovation décerné par les trophées de l'innovation IT 2012, en marge du Salon Med IT.Ce prix récompense l'offre innovante "Fatourati" qui vient d'être lancée sur le marché.



Mme Samira Gourroum
directrice Business Développement de Maroc Telecommerce

Concrètement, ce nouveau service permet à tout émetteur de créances ou fournisseur de produits ou services de diversifier ses canaux d'encaissement en accédant à une panoplie de canaux et moyens de paiement, au-delà du paiement par les moyens classiques (virement en agence, chèque, etc.).
"Notre offre permet d'assurer le paiement de tout type de transactions ou créances à travers les guichets automatiques bancaires, l'agence bancaire, le site web de la banque, le mobile doté de service de paiement, le centre d'appel, ou à travers un point de vente ", explique, d'emblée, Mme Samira Gourroum, directrice de business développement de Maroc Telecommerce.

L'offre "Fatourati" se veut, ainsi, un point focal de paiement grâce aux partenariats stratégiques noués avec plusieurs institutions notamment les banques et les opérateurs télécoms.
"Nous avons déjà conclut des partenariats avec quatre banques et un opérateur télécom qui font partie prenante du projet», révèle, sur un ton confiant, Mme Gourroum.
Cette alliance permettra aux usagers finaux de profiter d'un service de paiement multi canal accessible à travers un très large réseau bancaire et télécoms.
Sur le plan opérationnel, "Fatourati" s'adresse aux fournisseurs de produits et services, aux créanciers, aux facturiers, aux établissements scolaires, aux assurances, aux sociétés de crédit et de recouvrement, aux administrations, et d'une manière générale toutes les entreprises (TPE, PME, grands comptes, administrations) désireuses de disposer de canaux de recouvrement de factures, créances, taxes et frais divers.
Sur un plan pratique, l'adhésion au service par les entreprises se fait par la simple signature d'un contrat unique avec Maroc Telecommerce.
L'accès se fait à travers une interface unifiée, quelque soit le canal de paiement, qui ne remet pas en cause l'existant de l'entreprise ou l'obligerait à investir mais qui tient compte au même temps de ses contraintes techniques et métiers.
Le paiement Multi canal est une opportunité également pour les clients qui peuvent utiliser les multiples canaux de paiement de nos partenaires pour accomplir leurs paiements à leur guise, d'une manière sécurisée et conviviale, 24h/24 et quelque soit leur emplacement.
A rappeler que le service "Fatourati" se veut une nouvelle gamme de moyens de paiements offerts par Maroc Telecommerce à côté du paiement en ligne par cartes bancaires locales et internationales que la société opère depuis 2001 pour le compte de plus de 400 E-marchands. ▸▸



» Le Maroc : l'avenir du paiement passe par le multi-canal



Le positionnement de Maroc Telecommerce sur le multi-canal n'est pas fortuit.

Tous les indicateurs de croissance des canaux de paiement confirment le potentiel du marché du multi-canal.

Pour preuve, aujourd'hui, le Royaume compte environ 5300 GAB avec plus de 8,4 millions de cartes bancaires dont 7,3 millions de cartes paiement & retrait sous les labels Visa, Mastercard et la marque nationale cmi.

La démocratisation du multi-canal peut compter, également, sur la croissance soutenue de la bancarisation et l'élargissement des réseaux d'agences bancaires.

Actuellement, le Maroc compte plus de 5100 agences bancaires réparties à travers le pays, avec une ouverture moyenne annuelle de 270 agences.

Le renforcement du réseau physique des banques est adossé à une politique de diversification de la gestion de la relation client à travers l'investissement des services de la banque à distance (E-Banking et M-Banking).
Même dynamique, cette fois-ci à trois chiffres pour le marché du mobile, vecteur du paiement par mobile (M-paiement).

Aujourd'hui, selon les chiffres de l'autorité de régulation "ANRT", le marché compte plus de 37 millions numéros mobiles actifs avec un taux de pénétration de plus de 115%.

Avec 14 millions d'internautes, un marché du commerce électronique qui connait un essor considérable et le lancement de plusieurs projets M-commerce, l'avenir du Marché E-commerce s'annonce prometteur.

» A propos de Maroc Telecommerce



Premier opérateur de paiement électronique au Maroc créé en juin 2000.

Elle a pour mission de mettre à la disposition des entreprises une infrastructure technologique sécurisée leur permettant de diversifier leurs canaux d'encaissement et de ventes.

En partenariat avec toutes les banques de la place et le CMI (Centre monétique Interbancaire), elle propose aux entreprises et administration marocaines , ainsi qu'à leurs clients acheteurs, un service de paiement via Internet ouvert à plus de 6,9 millions de porteurs de cartes bancaires locales et environ 3 milliards de porteurs de cartes dans le monde.

En partenariat avec plusieurs acteurs de références dont des banques et un opérateur Télécom, elle propose depuis juin 2012 le service de paiement Multi-Canal "Fatourati" à ses clients.

Intelcia s'installe au Casanearshore et aiguise son appétit de développement à l'international

Intelcia, acteur majeur sur le marché francophone de l'outsourcing, marque une nouvelle étape de son développement en changeant son identité visuelle et en inaugurant son nouveau siège à Casablanca.

En pleine croissance, le groupe possède à ce jour un portefeuille d'une quarantaine de clients à forte notoriété dans les secteurs des télécommunications, médias, services internet, services publics, transport et vente par correspondance. Le groupe est aujourd'hui leader marocain de l'outsourcing et fait partie du top 10 des opérateurs sur le marché francophone.

Lors d'une conférence de presse organisée le 11 octobre 2012, MM. Karim Bernoussi et Youssef El Aoufir, respectivement Président Directeur Général et Directeur Général du groupe Intelcia ont présenté à la presse les nouvelles ambitions du groupe ainsi que sa nouvelle identité visuelle.
La nouvelle tour Intelcia située à Casanearshore qui accueillera le nouveau siège du Groupe a également été présentée. D'une surface de 11.000 m2 sur 8 étages, elle peut accueillir 1500 positions de travail et a nécessité un investissement de 40 millions de dirhams pour son aménagement.

» Des objectifs ambitieux à horizon 2015

L'avènement de la nouvelle identité visuelle d'Intelcia intervient à un moment charnière dans la vie du groupe alors que ce dernier a acquis une nouvelle dimension depuis son implantation en Europe.

En effet, depuis la prise de contrôle de l'entreprise française The Marketingroup en 2011, Intelcia dispose aujourd'hui de plus de 3000 collaborateurs répartis entre la France (1000 collaborateurs) et le Maroc (2000 collaborateurs). Grâce à ce rachat, le groupe s'est doté de 4 sites d'implantation en France, à Levallois, Dreux, Lyon et Marseille qui viennent renforcer ses sites de Casablanca.
En termes d'organisation, Intelcia a parallèlement renforcé son équipe dirigeante et adopté un modèle groupe pour plus de synergie entre les différentes plateformes de l'entreprise.
Disposant d'une offre compétitive sur un marché très concurrentiel, le groupe entend prendre encore de l'envergure en poursuivant son développement à l'international. Fort de sa position raffermie sur le marché, Intelcia prévoit de réaliser un chiffres d'affaires de 62 millions d'euros en 2012, soit une croissance de plus de 15% par rapport à l'année précédente.
« Nous sommes attentifs à toute opportunité de développement à l'international afin de consolider davantage notre position sur le marché. D'ici 2015, nous ambitionnons de figurer parmi les cinq premiers outsourceurs francophones en portant nos effectifs à plus de 7500 collaborateurs et en réalisant un chiffre d'affaires de plus de 150 millions d'euros », a déclaré Karim Bernoussi, Président Directeur Général d'Intelcia.

» L'humain au cœur de l'entreprise

Avec une politique RH entièrement orientée vers la détection des talents, le développement des compétences, la reconnaissance et l'évolution par le mérite, Intelcia ses collaborateurs au cœur de sa stratégie de développement.

Chaque collaborateur étant voué à progresser au sein de l'entreprise, Intelcia s'est doté de sa propre entité de formation. Une équipe dédiée composée d'une quinzaine de personnes qualifiées est ainsi en charge de former les collaborateurs au métier de la relation client, aux techniques de vente et au management. Des cursus spécifiques à chaque client sont égalements développés pour leurs produits et métiers. ▸▸

» Plus proche de ses clients européens

Proche de ses clients, le groupe Intelcia n'a cessé depuis sa création d'adapter son organisation et ses process pour mieux répondre à leurs attentes.
Tout en proposant un cadre compétitif, le Maroc, en tant que destination offshore, dispose de ressources humaines qualifiées et offre une proximité culturelle et linguistique indéniable avec l'Europe. Toutefois, Intelcia se devait de se rapprocher encore davantage de ses clients européens en s'installant en France.
« Notre stratégie de dévelopement à l'international nous permet de proposer une offre globale consolidée, entre l'onshore et le nearshore, d'intégrer de nouveaux métiers et de renforcer notre capacité de traitement multilangues », a déclaré Youssef El Aoufir, Directeur Général d'Intelcia.

» A propos de Karim Bernoussi, Président Directeur Général d'Intelcia



KARIM Bernoussi Président Directeur Général d'Intelcia

Fort de vingt-cinq années d'expériences techniques et managériales, à l'étranger et au Maroc, menées dans le secteur public, semi public et dans une multinationale, Karim Bernoussi est aujourd'hui le Président Directeur Général du groupe Intelcia dont il est l'un des principaux fondateurs.

Titulaire d'un diplôme d'ingénieur à l'École Nationale Supérieure des Télécommunications de Paris (1987), Karim Bernoussi débute sa carrière à l'international (Allemagne, Arabie Saoudite, France, Philippines...), avant de rentrer définitivement au Maroc en 1991 et d'occuper alors le poste de Chef de Service Réseau Commercial à l'ONPT.

En 1992, il rejoint le Secrétariat particulier de Sa Majesté Le Roi Hassan II pour la création de l'Université Al Akhawayn en tant que Responsable Organisation. Il aura notamment en charge la définition du système d'information, la mise en place de l'organisation administrative ainsi que le lancement de la campagne de recrutement des collaborateurs de l'Université et de son corps enseignant.

Après l'inauguration de l'Université en 1995, Karim Bernoussi est nommé au poste de Directeur des Ressources Humaines et des Affaires Générales au Ministère des Pêches Maritimes où il œuvrera de manière active pour sa modernisation.

En 1998, il retourne à Maroc Telecom (anciennement ONPT) en tant que Directeur Central du pôle Ressources et membre du Comité Exécutif.

En octobre 2000, il rejoint Microsoft en tant que Directeur Général Maroc pour prendre une année plus tard la Direction Régionale de Microsoft Afrique du Nord, chapeautant ainsi le Maroc, l'Algérie et la Tunisie.

Il décide alors de donner une plus grande ampleur à la filiale nord-africaine en lançant les activités de Microsoft en Mauritanie et en Libye.

En 2006, Karim Bernoussi décide de se lancer dans un nouveau challenge. Entouré de partenaires marocains, il crée le groupe Intelcia. En moins de six ans, Intelcia devient le leader marocain de l'outsourcing et passe d'une plateforme de production de 250 personnes à une entreprise de 3 000 employés, basée au Maroc et en France réalisant un chiffre d'affaires de plus de 60 millions d'euros. ▸▸

» A propos de Youssef El Aoufir, Directeur Général d'Intelcia



YOUSSEF El Aoufir
Directeur Général d'Intelcia

Titulaire d'un diplôme d'ingénieur d'Etat à l'École Mohammadia d'ingénieurs de Rabat, Youssef El Aoufir débute sa carrière en 1990 en tant qu'ingénieur technico-commercial, puis consultant systèmes et réseaux dans la branche Marocaine d'IBM.

En 1995, après avoir finalisé la mise en place de l'infrastructure technologique de l'Université Al Akhawayn à Ifrane pour le compte d'IBM, il intègre la première équipe en charge de démarrer les activités de cette nouvelle université en tant que ITS Manager. A cette occasion, il mettra en œuvre le 1er nœud d'accès à Internet au Maroc ouvrant la voie à l'ère numérique et dotera l'Université des installations technologiques les plus modernes de l'époque.

En octobre 1998, il rejoint Maroc Telecom en tant que membre du cabinet et conseiller du Président sur les dossiers relatifs aux nouvelles technologies et au multimédia. Quelques mois plus tard, il sera nommé à la tête de la direction, nouvellement créée, du Multimédia et entrera au comité de direction de l'entreprise. Cette entité va réaliser sous sa conduite la construction du 1er réseau national Internet, le lancement de la marque et de l'offre commerciale Internet Menara et l'acquisition de Casanet, gestionnaire du 1er portail Marocain sur Internet.

En novembre 2001, il intègre Microsoft Afrique du Nord en qualité de Directeur Grands comptes sur l'ensemble de la région où il met en place une nouvelle organisation et une nouvelle approche permettant de doubler le chiffre d'affaire du segment en moins de 4 ans. Il assure en parallèle avec sa mission, la Direction des Services avant d'être nommé Directeur Général pour le Maroc.

En mars 2007, Youssef El Aoufir rejoint Intelcia en tant que Directeur Général et membre du conseil d'administration de l'entreprise. Il pilote notamment les opérations du Groupe pour le Maroc et la France et agit activement pour le développement du Groupe qui passe de moins de 400 collaborateurs en 2007 à plus de 3000 collaborateurs à fin 2012.

» A propos d'Intelcia

Créé en 2000, Intelcia est le n°1 des acteurs marocains de l'outsourcing et fait partie du cercle des 10 plus gros opérateurs sur le marché francophone. Le groupe compte 3000 collaborateurs répartis sur plusieurs sites au Maroc et en France.
Fort d'un portefeuille clients solide, Intelcia exerce des activités d'externalisation diversifiées couvrant un spectre très large : BPO Commercial B2B, support technique, service client, relation client proactive, enquête et sondages, insourcing, social media et social CRM.

Quelques dates clés

2012	Intelcia consolide sa position de leader et inaugure au Maroc son nouveau siège à Casanearshore le 11 octobre.
2011	Intelcia finalise l'acquisition de The Marketingroup, spécialiste français des centres d'appels, coté à la Bourse de Paris.
2010	Les 10 ans d'Intelcia sont marqués par l'acquisition d'Eurocall et par l'ouverture de son capital à Fonds Cap Mezzanine. Le groupe passe le cap de 1000 collaborateurs et devient leader marocain de l'outsourcing. Il s'implante également à Casanearshore.
2006	Les parts de Transcom sont rachetées par les partenaires marocains et TWW SA ouvre son second site. Naît ensuite Intelcia.
2000	La société TWW SA est créée en partenariat avec Transcom

Cerius informatique : un nouveau grossiste informatique sur le marché marocain !





Adil Zwita
DG de Cerius informatique

2013 sera-t-elle l'année de reconfiguration du marché de la distribution informatique au Maroc.

Plusieurs indicateurs convergent vers la création d'une dynamique du redistribution des cartes de ce marché sous l'effet de l'arrivée d'un nouveau acteur, en l'occurrence la société Cerius informatique.

Ce nouveau-né est le fruit d'un investissement de 60 millions de DH pioté par Adil Zwita, un professionnel du marché des technologies de l'information au Maroc depuis le début des années 2000.

C'est un concurrent qui veut concurrencer le leader du marché, le grossiste Disway, produit de la fusion de deux acteurs majeurs : Distrisoft et Matel PC Market.
S'investir dans la distribution informatique exige un pré-requis de taille : la logistique.

"Pour réussir notre positionnement sur le marché d'une manière agile, nous avons conclu un accord de logistique "Soft Logisitc" pour profiter de leur plate-forme basée à Casablanca qui s'étend sur superficie de 10.000 m2", révèle Adil Zwita, fondateur de la nouvelle structure.
Quid des partenariats de distribution de Cerius informatique avec les acteurs du marché du high-tech ? "Nous avons conclu un accord de distribution avec Acer pour la vente des produits Packard Bell by Acer pour le reste des produits nous allons s'approvisionner sur le marché international pour avoir les meilleurs tarifs", ajoute, sur un ton serein, le jeune manager de Cerius informatique.
Parallèlement, le grossiste assure la distribution sur le marché des produits Transend, Genius, les CD-DVD HP ainsi que les toners Zatec.
Le nouveau arrivant compte capitaliser sur le réseau existant des revendeurs informatiques estimé a plus de 5000 PME pour être offensif par rapport à se concurrents en se basant sur une politique de fidélisation et une base tarifaire agressive surtout que entreprise s'approvisionne en direct sur le marché international.
Géographiquement, la nouvelle entreprise sera basée, pour sa première année, sur Rabat et Casablanca.

D'ailleurs, Cerius informatique se focalise que sur le marché marocain à la différence du grossiste Disway qui a réussi à développer une stratégie de croissance et de développement sur le marché africain francophone (Algérie, Tunisie, Sénégal, Côte d'Ivoire et Cameroun).

Rachid **Jankari**

Réseau Maroc entreprendre s'installe au Technopark

Dans une perspective de proximité et de soutien à l'entreprenariat, le Réseau Maroc Entreprendre (RME) a décidé de s'installer au Technopark de Casablanca.

Ce réseau de chefs d'entreprises, créé en 2005 a pour vocation de soutenir les porteurs de projets en les faire bénéficiant d'un prêt d'honneur (entre 50.000 à 100.000 DH), remboursable sur une période de cinq ans, sans intérêt et sans garantie. Le soutien financier est renforcé par un travail d'accompagnement des jeunes entrepreneurs grâce à l'appui des chefs d'entreprise expérimentés qui s'engagent personnellement en apportant leur soutien, leur disponibilité, leurs compétences et leurs réseaux.

Depuis sa création, le réseau, a financé plus de 45 projets avec un engagement global de l'ordre de 2 millions de DH. Pour réussir sa mission de soutien à l'entreupreunariat, le RME bénéficie de l'appui financier de AWB, CDM et CDC France (puisque le RME est membre de Réseau Entreprendre International depuis 2009) ainsi que des partenariats avec l'AFEM, la CGEM et le CJD.



Après la section de Casa et Marrakech et Agadir (d'ici fin 2012), le RME projette se régionaliser en créant au total 7 sections locales et lever 11 millions de DH pour le financement des différentes activités de l'association.

Contact : Siham Mezzour
Directrice du REM
www.reseau-entreprendre-maroc.or
E-mail : smezzour@reseau-entreprendre.org

Helpmoi : Meilleur projet Startup Weekend Casa 2012

L'encouragement de l'entreprenariat est le levier de développement de l'innovation. Tel était le leitmotiv de la nouvelle édition de "Startup Week end" qui s'est tenue au Technopark du 17 au 19 novembre à Casablanca à l'initiative de l'Association marocaine pour la promotion de l'ingénierie.

Cette rencontre intense, qui fut marquée par la participation de plusieurs professionnels du secteur des technologies de l'information, était l'occasion de dispenser des formations accélérées aux porteurs de 13 projets innovants sur le processus de montage des entreprises et de préparation de business plan.

Pendant le week end, les participants à ce concours ont également bénéficié de séances de coaching tout en profitant des témoignages de managers de start-ups pour mieux appréhender les contraintes et les risques inhérents à l'acte d'entreprendre.



La rencontre a été clôturée le dimanche soir devant un jury d'experts qui a récompensé le projet «Helpmoi», meilleur projet Startup Weekend Casa. «Helpmoi» est un réseau social mobile qui permet à ses utilisateurs de demander ou fournir de l'aide dans les communautés auxquels ils appartiennent.

A rappeler qu'une prochaine édition Startup Week end est prévue à Marrakech du 14 au 16 décembre.

Le programme en ligne :

http://marrakech.startupweekend.org
Pour en savoir plus :
http://casablanca.startupweekend.org
http://bit.ly/helpmoi Votez HelpMoi, le représentant du Maroc à la Global Startup Battle.

Rplus Technologies : le pari de l'économie verte des téléphones mobile !

Le Technopark de Rabat soutient les entreprises qui investissent le marché du Green IT.

C'est le cas de la jeune société Rplus Technologies qui opère sur le marché prometteur de revalorisation et de recyclage des DEEE (Déchets d'Equipements Electriques et Electroniques).

Concrètement, la jeune pousse se positionne sur les différentes étapes de revalorisation des DEEE : du rachat des produits d'occasion en manageant un réseau de collecteurs, à la gestion des pièces détachées pour approvisionner son atelier de régénération et ce tout en pilotant son réseau de recycleurs. Actuellement, Rplus Technologies a lancé une offre Med-Recycle dédiée au recyclage des mobiles en se chargeant gratuitement de collecter et de recycler les combinés téléphoniques tout en respectant les normes environnementales en vigueur. "Notre entreprise rachète également les appareils électroniques valorisables pour leur offrir une seconde vie", indique sur un ton confiant, Najib Abdemouttalib, directeur associé de l'entreprise.

Certes, le marché de l'économie verte est encore embryonnaire au Maroc, mais pour les fondateurs de Rplus Technologies l'avenir appartient aux projets professionnels qui investissent dans la réduction de consommation de matière et d'énergie pour mieux préserver l'environnement.

A rappeler que le Technopark de Rabat, qui a ouvert officiellement ses portes en juin 2012, accueille actuellement plus de 30 entreprises spécialisées dans les TIC et les green tech.

Bheco Services : OpenERP sur mesure

L'avenir de l'ERP au Maroc dépend de l'open source. Telle est la conviction des fondateurs de la société Bheco Services spécialisée dans l'intégration et le déploiement d'ERP sur la base du progiciel de gestion "OpenERP".

Sous l'effet de la croissance du marché marocain, de plus en plus d'entreprises s'investissent dans le déploiement de solutions ERP. "Notre offre personnalisée de cette solution open source leader cible plusieurs secteurs à travers une suite de modules complète (achats, ventes/CRM, RH, compatibilité générale et analytique, GPAO).

Notre ambition est contribuer à démocratiser l'ERP auprès des PME-PMI marocaines", explique, d'emblée, Mouad Hamri, directeur associé de la jeune entreprise qui s'est installée au Technopark de Casablanca en 2011.

Outre le déploiement, Bheco Services assure au profit de ses clients des contrats de support, de maintenance et de formation pour mieux réussir le processus de conduite de changement lié au projet de déploiement d'un ERP.

"Pour nous, le choix de s'installer au Technopark nous a permis de profiter d'une plate-forme de networking et d'échanges et capitaliser sur les atouts de cet eco-système hautement technologique", ajoute M. Hamri.

Avec l'expérience de Bheco Services et d'autres jeunes pousses qui se positionnent sur le segment de l'open source, le Technopark contribue à l'émergence d'un tissu de société de services en logiciels libres (SSLL).

Paradox : le pari de la communication digitale !

L'avenir de la communication passe par le digital. C'est ce pari d'avenir qui a motivé les fondateurs de la société Paradox pour se lancer l'aventure entrepreneuriale depuis 2008.Concrètement, Paradox est une agence de conseil en communication spécialisée dans l'offre de prestations basées sur des supports de communication multimédia tels que la table tactile multi-touch, le totem interactif, la vitrine tactile et l'affichage dynamique.

"Nous avons voulu nous différencier sur le marché à travers une offre qui capitalise sur les atouts du numérique pour communiquer auprès d'un large public, de plus en plus, sensible aux produits tactiles et multimédia", explique sur un ton confiant , Mohammed Ait Addi, directeur associé de Paradox. Le choix de s'installer en 2012 au Technopark n'est pas fortuit.



"Nous avons voulu profiter d'un cadre de travail professionnel et d'un éco-système d'innovation high-tech pour mieux approcher le marché marocain et international", ajoute M. Ait Addi.

L'entreprise compte à son actif plusieurs références prestigieuses et assure non seulement l'offre de fourniture de matériels interactifs mais aussi le développement d'applications destinées aux différentes plates-formes de la communication digitale.

Pour en savoir plus : www.paradox.ma

HorizonWeb s'installe au Technopark de Rabat

Plus de 20 entreprises ont franchi le pas et ont choisi de s'installer dans le Technopark de Rabat. Parmi elle, figure la jeune pousse "HorizonWeb" spécialisée dans le Web et le commerce électronique.

L'entreprise, pilotée par Mme Ghizlane Oudghri, se positionne en tant que fournisseur de solutions Web, multimédia et dans le commerce électronique.

Outre les prestations de conseil et d'accompagnement dans les TIC, HorizonWeb a deux projets ambitieux dans le pipe.

Le premier a trait à la mise en place de marchés e-commerce destinée à démocratiser l'accès aux fournisseurs de services et de produits pour disposer d'une vitrine de vente en ligne.

Le second projet concerne les deals en ligne.

La jeune pousse compte lancer, au courant de l'année 2013, un site de "deals" avec un positionnement de proximité dans la mesure où son offre sera axée sur la région Rabat-Salé- Zemmour-Zaër.



Le choix du Technopark de Rabat par HorizonWeb n'est pas fortuit.

C'est aujourd'hui la zone la plus compétitive pour accueillir les TPE-PME désireuses de profiter des services professionnels à un tarif accessible surtout en plein centre de la capitale.

A rappeler que, cette nouvelle zone technologique s'étend sur une superficie de 2000 m2 avec une capacité d'accueil de 40 entreprises à travers des bureaux d'une superficie de 15 à 50 m2.

http://www.horizonweb.ma
www.heber-net.com

» Dell Maroc nomme Ahmed Khalil au poste de Co-Site General Manager de Dell Casablanca et Directeur Régional des ventes pour la région Afrique du Nord et de l'ouest



Ahmed KHALIL
Co-Site General Manager de Dell Casablanca et Directeur Régional des ventes pour la région Afrique du Nord et de l'ouest

Dell Casablanca a nommé récemment Ahmed Khalil, Regional Sales Director pour la région NWA (Afrique du Nord et de l'ouest) et co-Site General Manager de Dell Casablanca.

Après avoir passé 16 ans à IBM ou il a occupé plusieurs postes de direction dans différentes régions. Il rejoint Dell avec à son actif une solide expérience et d'excellentes performances. Il apporte une grande connaissance en termes de solutions d'entreprise et de compétences de gestion des équipes.

Ahmed Khalil aura comme mission de renforcer la position de Dell sur la région NWA dans le marché des solutions et services, et de maintenir le développement qu'a connu la filiale marocaine pendant les dernières années. Dell Maroc est en effet, le Hub régional pour gérer plus de 24 pays en Afrique.

En tant que Co-Site GM, il va travailler en collaboration avec El Mostafa Obbade (DRH et Co-Site GM) et le comité de direction à consolider la position du site.

Dell Casablanca est dorénavant le plus grand site de la région EMEA avec environ 2000 employés.

Cet engagement est un signe fort de la présence et du développement de Dell au Maroc et en Afrique. Ceci confirme le potentiel de croissance à 2500 emplois sur le Maroc à l'horizon de 2015.

Proskills Consulting décroche le label Microsoft Cloud Partner



La nouvelle zone Technopark de Rabat attire de plus en plus les sociétés innovantes de la capitale. C'est le cas de la jeune pousse "Proskills Consulting", spécialisée dans le conseil et l'ingénierie des systèmes d'information.

"Nous sommes, certes, une entreprise de conseil mais avec un focus particulier sur le cloud computing et le business intelligence", explique, d'emblée, le co-fondateur de l'entreprise Mouissa Anouar.

D'ailleurs, Proskills Consulting a réussi le challenge d'être référencée en tant que "Microsoft Cloud Essentials Partner avec ID 3676055".

Un référencement qui a aidé son équipe à réussir le déploiement de la solution cloud computing "Office 365" de Microsoft pour le compte d'une école privée de Rabat.

Outre ces prestations de pointe, Proskills Consulting, dont la création remonte à 2011, dispose d'un centre de compétence spécialisé dans la formation sur les technologies de Microsoft avec une offre intégrée de la formation à la certification.

"L'installation au Technopark de Rabat est une opportunité pour notre entreprise en vue de disposer d'une adresse prestigieuse dans une zone technologique à fort potentiel de croissance", martèle M. Anouar.Trois mois après son installation, Proskills Consulting contribue, ainsi, à faire de Technopark Rabat un hub technologique incontournable pour l'innovation et l'entreprenariat tournée vers l'économie du savoir.

» Siemens Enterprise Communications lance au Maroc l'application « amplifyTEAMS »

Siemens Enterprise Communications est aujourd'hui en mesure d'aider les entreprises à accroître la productivité et l'efficacité de leurs équipes virtuelles par le biais non seulement de la technologie, de nouveaux processus et d'une plus grande accessibilité, mais également par un contrôle accru des différents supports, médias et périphériques multimédias utilisés aujourd'hui pour communiquer. C'est le coeur du message amplifyTEAMS.

Le nouveau produit amplifyTEAMS de Siemens Enterprise Communication permet de libérer le potentiel inexploité des équipes, dans un nouvel environnement de communication et avec de nouveaux modes de travail. Nous appelons cette évolution « des ports informatiques aux personnes » – des systèmes de communication connectés à une plateforme technologique, aux Communications Unifiées centrées sur l'expérience utilisateur et permettant à des équipes très performantes de collaborer où qu'elles soient à l'aide de n'importe quel outil.


Mohamed Bouhmouch
DG de Siemens Entreprise Communications Maroc

Depuis près de 3 ans, Siemens Enterprise Communications Maroc, filiale de Siemens Enterprise Communications, est en train de réinvestir et de réactiver sa présence marocaine. L'entreprise s'installe dans le centre affaire de Sidi Maârouf, dans des bureaux de 630 m². Les nouveaux locaux abritent un show-room et permettent à l'entreprise d'être plus proche de ses clients et de ses partenaires.

A propos de Siemens Entreprise Communications Maroc

Siemens Enterprise Communications au Maroc, c'est prêt de 1000 systèmes de téléphonie installés chaque année, plus de 8000 lignes de postes, 400 contrats de maintenances actifs et une équipe commerciale et technique composée de 25 personnes avec une moyenne d'ancienneté supérieure à 10 ans.

PME-PMI : Faut il oser la simulation des flux comme outil d'aide à la décision ?

Hadj Messaoud **KHABTOU**
hkhabtou@logisticknowtion.com



Hadj messaoud Khabtou

BIO-EXPRESS

Hadj messaoud Khabtou est manager au sein de Logistic Knowtion , cabinet spécialisé dans l'ingénierie de la supply chain et en la mise en place de solutions technologiques liées au E-supply chain. Auparavant, il a été manager projets et développement au sein de DHL, consultant senior au sein d'Archos Conseil, chef de projet logistique dans le groupe Sogefi à Paris. Hadj messaoud Khabtou est ingénieur d'Etat, et titulaire d'un mastère en supply chain management de Grenoble Ecole de Management.

Je fais partie des personnes qui pensent que le modèle économique basé sur le bas coût de main d'œuvre, ne pourra plus à lui seul assurer la compétitivité et l'attractivité industrielle du Maroc.

Notre Smig est déjà le plus élevé d'Afrique selon l'étude 2011/2012 de l'organisation mondiale du travail, nos concurrents tunisiens ou égyptiens ont des coûts de travail beaucoup plus intéressants, en plus d'un coût d'énergie qui n'a rien avoir avec le coût excessif infligé à nos industries marocaines.
Faut-il se sentir résilié et démuni face à ces freins structurels ? Bien sûr que non, notre pays à beaucoup d'atouts qu'il pourra mettre sur la table pour convaincre les investisseurs étrangers et pour assurer la compétitivité de nos produits.

» Un pas supplémentaire pour le futur !

L'innovation, le digital est un pari tenu par le Maroc, beaucoup de programmes incitent et aident les entreprises à intégrer les TIC dans leurs process support et même métiers, c'est une bonne chose, mais n'est il pas temps pour nos industries de faire un pas supplémentaire ?

N'est il pas temps de ne plus se contenter d'utiliser les TIC pour améliorer les process existants, mais aussi pour étudier et améliorer le fonctionnement des projets futurs ?

Ceci peut paraitre un rêve, pour l'industriel marocain, ou de la science fiction, vu l'état actuel de déploiement des TIC dans notre tissu économique, mais au contraire, des techniques très accessibles aujourd'hui, utilisés par des PME/PMI en Europe, aux Etats Unis et en Asie, permettent de réaliser dans un environnement informatique virtuel en 3D tous types de projets industriels futurs, de les étudier, de tester plusieurs scénarios d'exploitation, de les chiffrer et de ne retenir pour la réalisation que le scénario optimal.

Imaginez le gain et le retour sur investissement réalisé, quand on peut mettre en place une nouvelle ligne de production, ou une nouvelle plate forme de stockage, ou un nouveau procédé industriel avec une efficacité maximale et du premier coup.. !

» La simulation des flux pour prévoir la performance

Les tableurs Excel, ou les matrices d'analyse des risques ne peuvent donner qu'une vue statique du projet futur en figeant à chaque fois une des variables influentes, la vue dynamique n'est ▸▸ malheureusement constatée et comprise des industriels qu'après la mise en marche, avec tous les aléas et dérapages souvent constatés dans cette phase.

La simulation des flux est la seule méthode qui permette à l'industriel de prévoir la performance finale de son projet. Elle couvre une vaste famille de problèmes : dimensionnement d'investissement, pilotage d'atelier, lancement de nouveaux produits, augmentation de la production, planification, etc.

La simulation fait fonctionner sur une maquette informatique fidèle tous types de scénarios.

Elle porte sur l'entreprise un regard global et dynamique basé sur l'analyse des flux.

Son approche, éprouvée dans le monde industriel, s'applique aussi à tous les domaines confrontés à une grande diversité de flux (secteur hospitalier, transports urbains, etc.).

La théorie derrière ces techniques a peu évolué depuis le début du 20ème siècle. Ce qui a changé, c'est la puissance de calculs des ordinateurs personnels et leur rendu graphique 3D. Un ordinateur actuel permet de préparer des modèles beaucoup plus complexes et complets que par le passé. Seconde évolution majeure, l'ergonomie des logiciels, les solutions qui existent sur le marché marocain (Flexsim, Witness, Automod...) permettent de réduire les coûts et le temps de développement des modèles.
Il faut dire que le secteur de la simulation a connu une très grande évolution, permettant de mettre sur le marché des solutions plus efficaces, intuitives et à budget accessible aux petites et moyennes industries, cette technique a permis à plusieurs entreprises d'éviter les gâchis et la perte de temps dans la mise en place des projets, il s'avère que ces derniers restent, abstraction faite des freins structurels évoqués au début, des premières sources d'incompétitivité chez nos industriels, ..
à bon entendeurs.. !

Intel promeut son offre UltraBook au Maroc

Dans une interview accordée à Maghreb Digital, Abdelaziz Benettaib, responsable de développement des marchés pour l'Afrique du Nord & le Levant revient sur le lancement de l'offre UltraBook au Maroc et les différentes chantiers du programmes Intel pour l'éducation. Les détails.

· Maghreb Digital : Intel Afrique du Nord communique sur l'offre UltraBook au Maroc. Quelles sont les motivations de cette sortie auprès des médias ?

Abdelaziz Benettaib : Il s'agit d'apporter la meilleure expérience des usages numériques aux marocains. Cette nouvelle catégorie d'appareils multimédia, offre le meilleur des deux mondes : de la production de contenu quand j'en ai besoin, de la consommation instantanée de contenu quand je le veux. Le lancement de l'Ultrabook représente un bouleversement historique, dont nous estimons qu'il redéfinira l'expérience informatique dans le sens ou :
La première phase, qui a démarré fin 2011 consistait à créer une rupture dans l'univers du portable traditionnel, en démocratisant des designs fin, léger, élégant, autorisé par la présence d'une puce Intel® Core™ de 2e génération à basse tension (TDP de 17W).

Au-delà du design, le cahier des charges d'Intel stipule une réactivité et une connectivité offrant une expérience d'usage similaire à celle d'une tablette: l'accès à l'information instantanément à l'ouverture du PC, avec une autonomie supérieure à 5h minimum dans les premiers modèles, là ou un PC portable traditionnel tournait plutôt autour de 3h en moyenne.

Les caractéristiques des premiers Ultrabook™ ont été améliorées avec l'introduction de la 3ème génération de processeur Intel® Core™ (2e phase de l'Ultrabook™), qui permet des designs encore



Abdelaziz Benettaib, responsable de développement des marchés pour l'Afrique

plus autonome, sans perte de performance (grâce à l'utilisation du process de gravure à 22nm, et au transistor 3D dans le CPU), et présente une sécurité renforcée.
C'est une phase de maturation de l'Ultrabook™ en somme. Dans cette phase, nous allons également voir apparaitre des appareils totalement innovant, les Ultrabook™ convertible, qui tireront parti de nombreux capteurs, pour améliorer l'usage (capteur de présence, GPS, accéléromètre, écran tactile, voix)... c'est typiquement ce qui a été présenté par Dadi Perlmutter lors de sa keynote à IDF (Intel Développer Forum).

La troisième phase verra la généralisation de ce type d'Ultrabook™ convertible, tirant pleinement partie des processeurs Intel® Core™ de 4è génération (Haswell), et de l'interface de Windows 8, pensée pour une utilisation tactile.

Haswell promet une réduction drastique de la consommation du CPU, et donc une ►►

►► augmentation de l'autonomie de la machine pouvant potentiellement se compter en plusieurs dizaines d'heure selon les modèles.

A ce moment-là, l'Ultrabook™ aura finalement réuni le meilleur du PC (capacité de production) et des appareils compagnons tels que les tablettes (consommation instantanée de contenu).
D'ailleurs, il est intéressant de voir que sous l'impulsion d'Intel, l'industrie s'oriente très rapidement vers ce type de machine très légère et ultra polyvalente. L'ensemble des innovations inspirés par Intel - Ultrabooks, Ultrabooks convertibles, All in One, tablettes - aident les individus dans chaque instant de leur vie quotidienne.

· Intel a noué plusieurs partenariats avec le Maroc au niveau du secteur de l'éducation. Quelles sont vos réalisations à ce niveau ?

Intel à travers son programme World Ahead, favorise l'accès aux TIC pour le prochain milliard de personnes et les aide à enrichir leur vie et à élargir leurs perspectives économiques. Depuis l'ouverture de son office au Maroc, Intel a donné une importance particulière aux programmes d'éducation qui constituent le pilier de développement de tout pays. Globalement, Intel a investi plus de US$100 millions en programmes d'éducation et les employés d'Intel ont donnés plus de 3 millions d'heures à l'amélioration de l'éducation dans plus de 60 pays.

Les initiatives clés d'Intel dans la formation des TI au Maroc :

• Intel Teach Program – Le programme a été lancé en 2006 en collaboration avec le Ministère de l'Education Nationale. Plus de 25 Mille enseignants ont été formés à ce jour.

• Intel ISEF – Intel a travaillé en étroite collaboration avec le CNIPE (Centre National d'Innovation pédagogiques et d 'Expérimentation) pour mettre en place ISEF (Intel Science et Technology Fair) dans le pays. En 2010 le Maroc a lancé la première compétition locale, et a participé à ISEF à San-JOSE en Californie USA.

• Project-based Learning Courses – Intel offre des cours d'apprentissage sur projets remis sur CD aux académies régionales de l'Education. Ces CDs sont livrés à des professeurs de plusieurs disciplines dans toutes les régions du pays afin de les aider à utiliser des scenarios de classe spécifiques, et explorer les caractéristiques et les avantages de l'apprentissage sur projets.
• Intel-Powered Classmate PC Implementation – Dans le cadre du partenariat avec le Ministère de l'Education et Intel Corporation, Intel a fait une donation pour les écoles primaires dans le milieu rural de 1000 Classmate PCs*(Micro-Ordinateurs Portables désignés pour les enfants de 07 à 13 ans). Plus de 40 écoles ont été équipées.

• Skoool : Contenu numérique : Intel a participé avec l'équipe Génie à la personnalisation de SKOOOL au contexte Marocain. Projet en cours de réalisation.

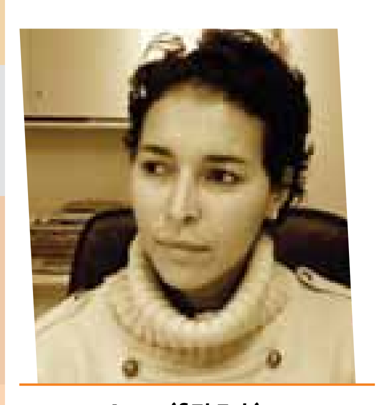
De plus Intel a participé aux différentes initiatives innovantes lancés par le Maroc comme Nafida (Programme pour les enseignants), Injaz (program d'équipement en Micro-ordinateurs pour les étudiants), Infitah et actuellement Infitah pour Elle lancée en septembre 2012 au profit des femmes chefs d'entreprises (Program d'équipement pour les TPE et PME)... qui constituent des expériences réussies et bonnes pratiques que beaucoup de pays souhaiteraient voir réaliser avec l'assistance du Maroc.

· En tant qu'acteur technologique sur le marché marocain depuis 2005, qu'il est votre évaluation du dynamique du marché marocain au niveau des TIC ?

Le marché des TIC au Maroc jouit d'un environnent économique favorable. Malgré toutes les agitations qu'a connues dernièrement notre région. La stabilité de notre économie, l'engouement pour les TIC ont favorisé une croissance soutenue. Par ailleurs, le Maroc a l'instar des autres pays émergeants est un pays avec forte population de moins de 30 ans avides de nouvelles technologies font que le marché grand public a connu un essor considérable ces dernières années et mérite une attention particulière. De plus le Maroc est l'un des rares pays de la région à avoir une véritable « feuille de route » à travers le plan Maroc Numeric 2013.

Internet à l'épreuve de la "sur-privatisation" de l'innovation !

Aouatif El FAKIR
Elfakir.aouatif@gmail.com



Aouatif El Fakir

BIO-EXPRESS

Aouatif El Fakir
est économiste. Diplômée de la première promotion de l'Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Settat, elle a une première expérience professionnelle chez L'Oréal Maroc avant de reprendre ses études. Elle obtient un Diplômé d'Etudes Approfondies en management de la technologie et de l'innovation et un doctorat en économie de l'innovation de l'Université Paris Dauphine. Elle s'intéresse aux thématiques de la technologie, des systèmes d'innovation et de l'économie du développement. Elle a publié de nombreux articles et communications sur ces sujets. Aouatif El Fakir a reçu le Prix du meilleur article en sciences économiques de la Fondation Arabe de Science et Technologie en 2008.

L'idée qui a fondé le capitalisme, d'après Max Weber, est « le travail comme Salut de l'Homme » que le protestantisme a véhiculé en Europe. Au 16éme siècle, cette idée a institué un état d'esprit nouveau chez le peuple, chez les bourgeois et chez les politiques en faisant de la création de richesse une représentation positive contrairement à ce que les gens pensaient auparavant et inaugurant ainsi un nouvel imaginaire qui a transformé de façon radicale l'économie.

Le capitalisme s'est propagé et domine largement le monde aujourd'hui probablement parce que l'Homme aime entre autres « posséder ». Le capitalisme a permis à ceux qui se sont enrichis de s'approprier des biens matériels, de se payer des services, d'accumuler du patrimoine et de devenir des modèles à suivre pour les autres.

Pour beaucoup de gens, posséder c'est exister. Pour beaucoup de pays, le développement est une accumulation infinie de biens.

A l'opposé de son idée fondatrice, le capitalisme et le monde avec, connaît aujourd'hui une dérive très sérieuse qui le transforme en un capitalisme de rente : rente autour de la « sur-privatisation » de l'innovation avec le développement spectaculaire de la propriété intellectuelle, rentes des grandes entreprises autour de leurs infrastructures, rente marketing d'Apple qui se base sur une clientèle captivée et captive, etc.

Autrement dit, le système dresse des barrières à l'entrée en face de tous les outsiders et concentre la richesse entre les mains de ceux qui étaient déjà là. Cet esprit rentier réduit considérablement le retour sur investissement : investissements colossaux et souvent publics dans la science, l'éducation ou les infrastructures et surtout élime l'esprit d'entreprenariat.

Le partage : liaison avec la gratuité et la réciprocité

Mais, par ces temps de crise, quelque chose émerge de l'univers d'Internet qui véhicule une nouvelle idée, l'idée du Partage : on partage les contacts, les informations, les connaissances, les techniques, les photos, les ragots, les rumeurs, etc.

Ce partage est étroitement lié à la notion de gratuité et de réciprocité.

Il permet la socialisation des gens dans un imaginaire où on ne monnaye pas forcément tout. La co-conception, le co-développement, l'open-source, le logiciel libre sont devenus des actifs stratégiques pour les entreprises comme pour les individus. ▸▸

▸▸ Ainsi, Internet est devenu un vecteur d'un imaginaire que l'on peut appeler « imaginaire de partage ». Ce qui motive cette idée de partage, à mon sens, est la rareté ou plutôt la prise de conscience de la rareté et que le monde tout comme ses ressources sont « délimités et limités ». Cette rareté se traduit aussi bien en termes de quantité, de prix que d'accès aux ressources. Seuls des « happy few » peuvent y parvenir qu'il s'agisse d'individus, d'organisations ou de pays.

Le partage devient dès lors une idée aussi magnanime que pragmatique pour la majorité des « non-possédants ». Cependant, Est-ce que le partage est une idée pertinente et viable d'un point de vue économique ?

L'idée du partage a quelque chose d'antinomique à la possession, à la propriété privée, à l'accumulation...Il n'est pas certain que cette idée de partage soit aussi fondamentale que l'idée du travail comme Salut de l'Homme, fondatrice du capitalisme.

Il n'est pas certain non plus que le nouvel imaginaire de partage transforme radicalement les choses car partager des « actifs » pose un tas de questions auxquelles il faut répondre comme par exemple:
le crowdfunding ou le financement par la foule peut-il remplacer un jour les banques ? Comment partager un actif aussi coûteux et aussi stratégique que la technologie ? Comment partager le travail alors que tout travail mérite salaire ?

L'enjeu de l'économie circulaire

En d'autres termes, dans le système actuel, le partage porte sur les actifs rendant les individus ou les organisations capables de créer de la richesse :
la technologie, le capital, le travail. Or, tous ces actifs comme la richesse créée « appartiennent » à quelqu'un : à l'entreprise, à l'investisseur, au travailleur. On imagine mal qu'il en soit autrement.

Je n'ai pas de réponses claires à ces questions-là. Pourtant, je vois depuis un certain temps se développer le concept de l'économie circulaire, je vois les gens user des biens matériels sans les posséder, recycler, faire du co-voiturage ou louer leurs voitures quand ils n'en ont pas besoin, etc. Des philosophes militent pour que les urbains partagent leur temps de travail entre leur activité professionnelle et l'activité agricole dans leur région pour inventer un système capable de subvenir aux besoins alimentaires de l'Humanité tout en préservant l'environnement. Un nouveau type d'habitat « coopératif ou participatif» émerge pour sortir d'un marché spéculatif à outrance...

Ces éléments à la périphérie du système (ou les signaux faibles) inaugurent peut-être une nouvelle reconfiguration des modes de production et de consommation que nous avons connus jusqu'ici et font du partage une valeur indubitablement positive sinon transcendantale.

Les chantiers 2013 de Gemalto Maghreb

Le leader mondial des solutions numériques, Gemalto lorgne le marché maghrébin. Pour preuve, une direction régionale dédiée au Maghreb s'est installée au Technopolis de Rabat depuis le début de l'année 2012. Un choix qui s'explique, d'une part par la dynamique de croissance à deux chiffres enregistrée par les pays de la région (Maroc, Algérie et Tunisie) et d'autres part, par un souci de proximité vis-à-vis de la clientèle privée et publique.

Cet intérêt croissant pour l'Afrique et le Moyen-Orient n'est pas fortuit. En 2011, Gemalto a réalisé 50% de son chiffre grâce aux projets décrochés sur les marchés des pays de l'Europe, de l'Afrique et du Moyen-Orient.

L'équipe Maghreb compte actuellement une quinzaine d'ingénieurs spécialisés dans le développement informatique et la sécurité numérique. La direction Maghreb de Gemalto se veut non seulement un point de présence dans l'Afrique du Nord, mais un hub régional pour approcher également tous les pays de l'Afrique francophone.

"Pour l'année 2013, nous prévoyons doubler notre effectif pour être en mesure d'accompagner la dynamique de croissance du marché maghrébin", promet, sur un ton confiant, Mme Olfa Ounis, vice-présidente Maghreb et directrice générale de Gemalto Sécurité Maroc. D'ailleurs, moins d'un an après son installation à la zone technologique de Rabat, Gemalto déménage vers un nouveau plateau plus grand qui s'étend sur une superficie de 450 m2.

Le renforcement des ressources humaines sera accompagné par une approche offensive sur le marché des entreprises. "Nous sommes présents sur les segments des télécoms, des banques et les services au gouvernement. Notre ambition est d'élargir nos offres pour accompagner nos clients vers une économie numérique plus sécurisée qui donnera une plus grande efficacité à l'e-administration, plus de compétitivité aux entreprises et apportera de nouveaux services, la simplicité d'usage, la sécurité, la protection de la vie privée aux citoyens", révèle Mme Olfa Ounis.

L'ambition de Gemalto, ne se limite pas à l'offensive commerciale vers ce marché cible.

"Le renforcement de nos équipes est destiné non seulement au marché de l'Afrique mais pour le marché mondial dans la mesure où le pôle des compétences et d'expertise de Rabat travaille déjà sur nos projets internationaux" ajoute Mme Ounis. Traduisez : la présence de Gemalto n'est pas seulement commerciale, mais aussi technologique à travers le développement d'un pôle d'expertise maghrébin sur les métiers du numérique et de la sécurité.

A rappeler que Gemalto a décroché plusieurs projets au Maroc notamment le projet de passeports biométriques, de cartes de paiements de CMI, ainsi que le déploiement de la solution LinqUS SIMessenger pour Inwi.

Mme Olfa Ounis, vice-présidente Maghreb et directrice générale de Gemalto Sécurité Maroc



» Parcours de Olfa Ounis

Olfa Ounis est vice-présidente Maghreb et directrice générale de Gemalto Sécurité Maroc, filiale du groupe international Gemalto. Docteur en informatique de la faculté d'Orsay, Olfa Ounis a démarré sa carrière dans le groupe Bull dans des fonctions de support techniques puis de marketing produits en particulier pour les offres terminaux de paiements, les solutions de paiements en ligne sécurisés et la sécurisation logique d'accès du poste de travail.

Entre 2001 et 2011, elle assure différentes missions de marketing, de développement de ventes puis de direction commerciale pour le Maghreb et l'Afrique au sein du groupe Schlumberger et Gemalto. Depuis 2006, elle a contribué au développement rapide de l'unité programmes gouvernementaux de Gemalto avec la signature de nombreux contrats de tailles significatives comme le programme de cartes santé intelligente en Algérie, la carte d'identité tunisienne, les programmes de passeports électroniques au Soudan, en Côte d'Ivoire et au Maroc.

Nommée directrice générale de la filiale Gemalto Maroc en janvier 2012, elle assure depuis Rabat le développement commercial des activités de la branche Programmes Gouvernementaux du groupe Gemalto au Maghreb.

R.Jankari

» A propos de Gemalto

Gemalto est le leader mondial de la sécurité numérique avec un chiffre d'affaires 2011 de 2 milliards d'euros. Présent dans 43 pays, Gemalto emploie plus de 10 000 salariés travaillant depuis 74 bureaux et 14 centres de Recherche et Développement. L'offre Gemalto répond aux demandes croissantes en matière de services mobiles personnels, paiement sécurisé, protection de l'identité, authentification en ligne, accès certifié aux services du « cloud computing », services de e-santé et de e-gouvernement, modernisation de la billettique des transports urbains et communication M2M.

Pour en savoir plus :

www.gemalto.com/france,
www.justaskgemalto.com,
blog.gemalto.com, @GemaltoFrance sur twitter.

Projet de Passeport biométrique

Objectif du Ministère de l'Intérieur :
Déployer en moins d'un an une solution complète pour l'inscription et l'émission de passeports biométriques compatibles EAC

La solution Gemalto :
Une solution complète d'inscription et de personnalisation de passeports biométriques pour le compte de Bank Al Maghrib qui comprend les modules suivants :

- Sealys eTravel Inlay et Sealys eCover
- Système d'exploitation OACI de deuxième génération Sealys eTravel
- Coesys Issuance
- Coesys Enrolment

chiffres sur le passeport biométrique

- 1,5 millions d'inscriptions par an
- 83 Provinces et Préfectures
- 125 Ambassades et Consulats

Technopark : Les entreprises privées des services de la Poste

Une zone technologique de 170 entreprises sera privée à partir de janvier 2013 des services postaux suite à la décision unilatérale du directeur de Poste Maroc M. Amine Benjelloun Touimi. Une décision qui entraînera la fermeture du bureau de la poste opérationnel depuis 2001.



Cette décision intervient malgré les propositions de solutions de continuité proposée par la société de gestion de Technopark (MITC) en coordination avec l'Association des sociétés du Technopark (ASTEC).

La décision de fermeture d'un bureau de poste, prise en personne par M. Benjelloun Touimi peut sembler, à première vue, anodine.

Or, pour les 170 entreprises, c'est le début d'une labyrinthe administrative et économique sans limite.

Et pour cause, l'adresse postale est une référence de base pour le contact avec l'administration fiscale, la CNSS, les banques et les différents partenaires des entreprises. Tout changement entraîne une acrobatie pour alerter tout l'éco-système lié à la vie d'une entreprise.

Concrètement, la décision de fermeture du bureau de Poste au Technopark était principalement motivée par des considérations économiques, comme quoi il s'agit d'un point de vente non rentable économiquement.

Contrairement aux allégations de M. Benjelloun Touimi, le bureau de Poste était opérationnel depuis 2001 avec un niveau de service "médiocre". Les services de M. Benjelloun n'ont jamais pris au sérieux cette zone sinon, comme expliquer l'existence d'un eco-système intégré au sein de la zone (banque, services de proximité, réstauration, agences de voyages...) sans oublier le trafic à fort potentiel généré par les milliers de visiteurs par mois de ladite zone.

A.N.S
Advenced Network Solutions

Jabra®
YOU'RE ON



Pour nous contacter
396, Bd Zerktouni ,Résidence Dar Essalam 4eme Etage N°7
Casablanca
Tel: +212 5 22 08 37 - Fax :+212 5 22 22 08 36 - Mobile :+212 6 61 29 56 08
zhor@ans.ma-ans.commercial@gmail.com

A.N.S
Advenced Network Solutions

Jabra®
YOU'RE ON

MICRO-CASQUES JABRA
DES SOLUTIONS POUR VOTRE CENTRE DE CONTACTS

WWW.JABRA.COM

Pour nous contacter
396, Bd Zerktouni ,Résidence Dar Essalam 4eme Etage N°7
Casablanca
Tel: +212 5 22 08 37 - Fax :+212 5 22 22 08 36 - Mobile :+212 6 61 29 56 08
zhor@ans.ma-ans.commercial@gmail.com

Nokia Maroc : la feuille de route 2013 de la nouvelle direction Afrique du Nord

Le marché des télécoms continue sa croissance et aiguise l'appétit des fabricants de terminaux téléphoniques. Avec un marché de plus de 38 millions de numéros actifs et un taux de pénétration de 117%, le Maroc suscite l'engouement des acteurs majeurs de la téléphonie mobile, c'est le cas de Nokia qui se partage 80% de parts de marché locales avec son concurrent direct Samsung.

Pour l'année 2013, Nokia ambitionne consolider son positionnement sur le marché avec une stratégie qui se focalise sur trois axes : la démocratisation de l'offre smartphone, le développement du segment B to B en partenariat avec Microsoft et le soutien à la communauté des développeurs d'applications sous Windows Phone.

Concrètement, Nokia continuera son focus en 2013 sur le marché des smartphones à travers le lancement de packs à des tarifs compétitifs en coordination avec les opérateurs. "Nous prévoyons de lancer Lumia 820 et Lumia 920 sous Windows 8 dans le courant du premier trimestre 2013", révèle M. Patrick Fichou, directeur général Nokia Afrique du Nord.

» L'ambition de Nokia : démocratiser les smartphones

Nokia a déjà lancé sur le marché trois de ses produits de la gamme Asha (300, 302 et 311). "Dans le courant de mois de novembre nous avons mis sur le marché le Asha 311 avec une offre unique de 40 jeux gratuits d'une valeur estimée à 1000 DH", ajoute M. Fichou. Ce positionnement produit découle de la stratégie de la maison mère de vouloir devenir le leader mondial du marché de smartphones.

D'ailleurs, la filiale maghrébine de Nokia est satisfaite des retombées commerciales suite au lancement des Lumia (900, 800, 700 et 610). "Sur ce segment, avec l'offre Lumia , nous avons réussi à élargir nos parts de marchés et consolider notre leadership", reconnaît le nouveau directeur régional de Nokia.


Patrick Fichou DG de Nokia Afrique du Nord

Le segment de B to B n'est pas en reste. Nokia en partenariat avec Microsoft Maroc s'active pour promouvoir l'offre entreprise de ses solutions après le virage vers Windows phone. Des Road-show ont été organisés par les deux partenaires à travers le Maroc dans le courant du quatrième trimestre 2012 afin de mieux expliquer le niveau d'intégration avancé des solutions Nokia avec les technologies Microsoft (Cloud, la solution de communication unifiée Lync...). "En 2013, nous allons continuer ce travail de proximité vis-à-vis du marché à fort potentiel des entreprises", précise Patrick Fichou sur un ton confiant.

» La communauté des développeurs : une priorité locale

Outre le segment des smartphones et des entreprises, Nokia Maghreb projette de soutenir davantage la communauté des développeurs qui souhaitent s'investir dans le développement d'applications Windows phone. "A ce jour, le Marketplace (ndlr store Windows phone) offre plus de 120.000 applications prêtes au téléchargement ", indique le manager français de Nokia Maghreb. Dans le cadre de cette stratégie de soutien de développeurs, Nokia Maroc a pris part au concours annuel de Méditel "App Challenge 2012" et son équipe opérationnelle compte une personne dédiée à la communauté des développeurs.

A rappeler qu'outre le marché marocain, Nokia Maghreb, dont le siège est basé à Casablanca, couvre le marché algérien et tunisien. L'Afrique du Nord fait partie de la région Inde, Moyen Orient et Afrique.

R.Jankari

Qu'est-ce qu'un projet de mise en conformité à la loi 09-08 ?


Frédéric Thu

BIO-EXPRESS

Frédéric Thu
Expert en Systèmes d'Information, en organisation, et en droit de la protection des données personnelles (CNIL, Loi 09-08, ...).
Diplômé de Science Po Lyon, complété par un Troisième Cycle orienté Consulting (ESC Marseille).
Fondateur en 2006 du Cabinet CILEX et partenaire LMPS Consulting, spécialisé en protection des Données Personnelles .

La loi 09-08 de « protection des données personnelles » est entrée en vigueur : ce court article ne vise pas à rappeler les bases de la loi (enjeux, historique, définitions, obligations, droits des personnes...), mais se focalise sur le comment : qu'est-ce qu'un projet de mise en conformité à la loi 09-08 ?

» Pour les organismes : organiser la conformité en Projet

Tout projet pose les questions suivantes : Quoi – que doit-on faire ? Qui sera en charge ? Quand faut-il procéder, quel est le calendrier ? Comment fait-on ? Combien coûte le projet ?

La question du Pourquoi est la plus simple : pour le juriste, parce que la loi existe ; pour le directeur marketing, pour éviter toute publicité négative ; pour le directeur général, parce qu'il engage sa responsabilité pénale.

» Responsable du projet

Toute démarche Projet requiert une structure et un responsable : la désignation d'un Chargé de la Protection des données personnelles, CDPD – Data Protection Officer, DPO, s'impose. Il s'entoure d'une équipe Conformité multi-disciplinaire (juristes, informaticiens, communicants...).

Son action est relayée par des Référents, ou Delegated DPO, DDPO.

» Inventaire des traitements

Le recensement des traitements (applications informatiques et « fichiers papier » soumis à la loi) repose sur l'analyse de l'organigramme de la société, de ses métiers, de ses applications ; une cartographie existante des processus ou des risques accélère la démarche.
Le DPO analyse le risque sur ces traitements et définit des priorités.

» Audits de conformité : Analyse des écarts

Le DPO audit le respect de chaque critère de conformité, défini par la loi et précisé par la CNDP. Il peut réutiliser les méthodes déjà connues (approche PDCA...).
La synthèse des écarts permet de définir des plans d'action globaux, dépassant les mesures ponctuelles.

» Propositions et plan de mise en conformité – suivi

Avec les Services concernés et les fonctions Support, le DPO définit des solutions organisationnelles et techniques efficaces et pérennes. Ce sont souvent des actions de formation et d'organisation, sans sur coût ▸▸

▸▸ particulier ; les mesures coûteuses ou longues à mener sont rares.

Ces propositions sont évaluées en termes de charge, de coûts et de délais, et s'insèrent dans les projets en cours ; elles constituent le plan de mise en conformité, suivi lors des réunions de projet.
Les traitements conformes peuvent alors être déclarés à la CNDP.

» Le chantier Formation

Suite à l'information de la Direction et des managers (sensibilisation au risque et au contenu réel de la loi), la formation concerne :

- le DPO : formation complète : concepts, application, méthodes (4 jours et plus)
- l'équipe projet : concepts de la loi (à partir de 2 jours)
- les DDPO : formation opérationnelle (au moins 1 jour)
- responsables de traitements : formation interne

» Charge de travail

Pour chaque traitement simple, on compte au moins 1 jour d'analyse et de tâches associées (documentation, rapports, présentations...) ; les traitements plus complexes requièrent jusqu'à 5 jours. Comme toujours, l'expérience et les outils permettent de gagner du temps.

Un organisme moyen d'une centaine de personnes peut avoir une vingtaine de traitements ; sa mise en conformité représente une trentaine de jours de travail ; un Groupe important comptera environ une centaine de traitements, plus complexes, soit une équipe de 2 à 3 personnes pendant un à deux ans ; de nouveaux projets imposeront souvent le DPO sur le long terme.

» Un accompagnement nécessaire

Personne ne conduit un projet ISO 9000 ou ISO 27001 en lisant simplement les normes : de nombreuses ressources accompagnent les entreprises.

La situation demeure différente dans le domaine de la conformité à la loi 09-08 : le nombre de livres sur le sujet, de formateurs, d'avocats ou de consultants est faible au regard des enjeux. Ce marché est désormais en pleine croissance.



• Vous êtes porteur d'un projet innovant, vous cherchez un financement pour votre entreprise ? Il suffit de consulter le site bilingue (français et arabe) de ww.mnf.ma, Maroc Numeric Fund, le premier fonds dédié aux startups technologiques marocaines avec des tickets d'investissement à partir de un million de DH.

• Changement au niveau de l'Agence Maroc Telecom au Technopark. Dorénavant, la direction de cette agence est assurée par un nouveau responsable, en l'occurrence : Hicham Boumhil : h.boumhil@iam.ma
Averty Market Research & Intelligence, société basée au Technopark, a lancé un site communautaire www.averty.ma, qui permet à l'ensemble des marocains de partager leurs opinions sur des sujets qui les intéressent au quotidien Averty, se positionne en tant qu'entreprises d'enquêtes et de sondages d'opinions indépendant.

• La Fédération des technologies de l'information, des télécoms, et de l'offshoring "Apebi" booste sa communication digitale. Outre, la mise en place d'une newsletter bimensuelle, la Fédération a lancé un compte Twitter (@ApebiMaroc) et une page Facebook dédiée. A noter que la newsletter est téléchargeable en ligne sur : www.apebi.ma

• De nouveaux podcasts viennent enrichir la galerie Youtube de Technopark.Vous pouvez consulter les vidéos relatives aux activités de nouveaux arrivants : Progress RTC, Heberfacile, Black Bee et Paradox. www.youtube.com/CasablancaTechnopark

• Vous êtes intéressés par les infos sur les appels à projets pour le financement de l'innovation ? Le Centre marocain de l'innovation (CMI) a mis à la disposition des porteurs de projets un formulaire d'inscription pour les informer régulièrement des futurs appels à projets. Les détails en ligne: http://cmi.net.ma/Inscription.html

NFC : principes et applications de la communication en champ propre

La maison d'édition Dunod a autorisé Maghreb Digital a publié un extrait du livre des auteurs Dominique Paret, Xavier Boutonnier et Youssef Houiti dédié au NFC.

Après le succès mondial des premières technologies sans contact (cartes à puces sans contact, RFID...) nous voyons aujourd'hui s'imposer la technique « Near Field Communication – NFC », technologie de communication de proximité qui constitue une suite logique aux étapes précédentes. Comme vous le découvrirez tout au long de cet ouvrage, les applications et les usages des techniques NFC vont de l'échange d'informations dématérialisées au paiement sécurisé et contrôlé via un équipement de poche (téléphone mobile, appareil photo).
À ce jour peu d'informations et peu de formations techniques sont disponibles pour les ingénieurs, les techniciens ou les étudiants. La particularité de cet ouvrage est de ne pas être un « fourre-tout » sur le sujet (contrairement à certains séminaires auxquels nous avons participé), mais plutôt une référence technique (hardware et un peu software) permettant d'appréhender en profondeur tous les détails « métiers » et toutes les problématiques fonctionnelles et applicatives afférents à cette technologie.
Nous avons cherché à construire la synthèse la plus complète et la plus à jour (à un instant t) concernant ce domaine en pleine évolution, notamment grâce à des introductions historiques (souvent utiles pour comprendre...) et à des « décryptages » techniques sur ces sujets.

Aujourd'hui, cet ouvrage dédié au NFC est dense dans le sens où la quasi-totalité des sujets (principes, fonctionnement détaillé de la couche physique, contenus des normes ECMA/ISO/ETSI, propositions du NFC Forum, composants, applications, sécurité, implémentations dans un device NFC...) sont abordés de façon concrète. Par ailleurs, afin de ne pas rebuter le lecteur dans sa compréhension des dispositifs présentés, nous avons cherché à faire aussi souvent que possible des liaisons entre théorie, mises en oeuvre technologiques, aspects économiques, etc.

À ce jour, alors que les dispositifs NFC arrivent à peine sur le marché, on parle déjà « d'écosystème ». Bien sûr, c'est un argument de développement important... mais il en faut bien d'autres, notamment le fait que les dispositifs NFC soient techniquement interopérables non seulement entre eux mais aussi avec les produits déjà existants, et qu'ils sachent se libérer ou se concilier avec les environnements matériels dans lesquels ils sont baignés. Ceci peut être résumé par la remarque suivante : « ce n'est pas la peine de vanter les mérites d'un logiciel, aussi performant soit-il, si la carte mère ne fonctionne pas » !...autre version de « on ne met pas la charrue avant les boeufs ! ».

Dernier point à noter, cet ouvrage n'est pas la traduction littérale des normes ECMA, ISO, NFC Forum que chacun d'entre vous peut trouver « gratuitement » mais, il a pour but d'une part, de servir d'introduction et de présentation détaillée et pédagogique aux principes et fonctionnements techniques du NFC et, d'autre part, de donner des vues conceptuelles et applicatives globales à ceux qui entrent dans ce domaine.

» Quelques conseils pour circuler dans cet ouvrage

Les objectifs visés par le NFC (facilité, rapidité, sécurité de communication, souplesse de fonctionnement...), oblige à concevoir la structure du protocole de communication en relation directe avec les performances physiques de la couche physique. Apprenez donc dès à présent à toujours garder en tête les soucis que peut apporter la couche physique (le médium et sa gestion). ▸▸

▸▸ Le contenu du (ou des) protocole(s) « NFC » est dense et comporte de nombreuses notions techniques qui s'entrechoquent, ce qui nous a posé quelques problèmes dans le choix d'un plan pour enchaîner les différents chapitres.

Nous espérons, après de longues réflexions et discussions, être parvenu à vous présenter l'ensemble de la façon la plus adaptée et la plus limpide possible.

Le découpage de la table des matières donne le canevas du chemin à parcourir pour avoir une vue saine du NFC et de l'état de l'art environnant.

Nous vous souhaitons une bonne et fructueuse lecture tout au long des pages de cet ouvrage. Vous serez toujours les bienvenus pour tous commentaires, remarques, questions... (constructifs) concernant le fond et la forme de cet ouvrage par e-mail à « dp-consulting@orange.fr »...

Dominique **Paret**

Biographie des auteurs

Dominique Paret - Ingénieur consultant innovation et systèmes, ancien responsable du support technique identification et automobile chez NXP (Philips Semiconductors). Il enseigne également l'électronique et la RFID en écoles d'ingénieurs (ECE, ENSEA, ESAIP, ESEO, ESIEE, ESIGETEL, ESISAR, et ISEN).

Xavier Boutonnier - Ingénieur diplômé de l'ENSEIHT (Toulouse) et expert en RFID et NFC chez L'informatique communicante, société de conseil auprès de grands comptes tels que MasterCard, EMV Co ou le NFC Forum. Il est également formateur sur le NFC pour les Experts européens en systèmes de transactions électroniques (EESTEL).

Youssef Houiti - Ingénieur diplômé de l'ENSEEIHT Toulouse; il été ingénieur / chef de projet en conception de circuits intégrés. Actuellement Customer Program Manager au sein de la division Identification NXP et membre du comité de standardisation AFNOR-CN17.

Kaspersky lance au Maroc Internet Security 2013 et Kaspersky Anti-Virus 2013



Julien Pulvirenti

BIO-EXPRESS

Julien Pulvirenti
Territory Sales Manager
Maghreb, Kaspersky Lab.

Fort d'une expérience de 14 ans dans la vente de produits IT en France et au Maghreb, Julien Pulvirenti, est Territory Sales Manager Maghreb pour Kaspersky Lab. A ce titre, il est chargé de mettre en œuvre la stratégie commerciale de Kaspersky Lab au Maroc et en Algérie.

Julien Pulvirenti a débuté chez Azlan en 1998, comme commercial puis Chef Produit Cisco. Par la suite, il a successivement occupé les postes de Channel Manager chez Afina et Securactive, avant de rejoindre Kaspersky Lab en 2008.

Kaspersky Lab, éditeur de solutions de sécurité informatique, annonce le lancement au Maroc de ses nouveaux logiciels Kaspersky Internet Security 2013 et Kaspersky Anti-Virus 2013. Les deux solutions, qui intègrent des technologies innovantes pour une protection efficace contre les cybermenaces, partagent une même interface optimisée et conviviale.

En outre, une attention particulière a été accordée à la sécurité des applications potentiellement vulnérables, à travers la technologie exclusive de prévention automatique de l'exploitation des failles de sécurité et ce, aussi bien pour Kaspersky Internet Security 2013 que pour Kaspersky Anti-Virus 2013.

» Kaspersky Internet Security 2013 : une réponse au boom de l'internet au Maroc

Avec plus de 10 millions d'utilisateurs d'Internet, le Maroc est un pays particulièrement concerné par l'insécurité électronique. Pour surfer en toute sérénité, Kaspersky Internet Security 2013 intègre un large nombre de technologies conçues pour combattre les menaces les plus complexes qui ciblent les données personnelles des utilisateurs.

Beaucoup plus qu'un simple anti-virus, Kaspersky Internet Security 2013 bénéficie de nouveautés et d'améliorations dont :

- Une protection accrue des informations bancaires, des achats en ligne et lutte contre le phishing
- Une prévention automatique des failles de sécurité
- Une interface optimisée pour une protection performante et une installation intuitive

» Kaspersky Anti-Virus 2013 : l'épine dorsale du système de sécurité du PC

Epine dorsale du système de sécurité du PC, Kaspersky Anti-Virus 2013 opère en coulisses pour offrir une protection anti-virus et anti-spyware rapide et fiable. Parmi ses principales caractéristiques :

- Un nouveau moteur anti-virus accroît les taux de détection pour l'ensemble des cybermenaces émergentes.
- Un nouveau module antiphishing se distingue par des mises à jour automatiques et une détection heuristique optimisée des sites Web qui tentent de voler des mots de passe et d'autres données sensibles.
- Une interface utilisateur simplifiée facilite l'installation, l'activation et l'utilisation au quotidien du produit.
- Une protection en temps réel contre les virus, spywares, chevaux de Troie, rootkits, etc.

» Compatible avec Windows 8

Kaspersky Internet Security 2013 et Kaspersky Anti-Virus 2013 sont compatibles avec le nouveau système d'exploitation Windows 8 de Microsoft

Pour en savoir plus sur Kaspersky Internet Security 2013 et Kaspersky Anti-Virus 2013, consultez le site

http://www.kaspersky.fr
Pour plus d'informations sur l'actualité virale : http://www.securelist.com



La gestion de la sécurité en entreprise : des exigences stratégiques en perpétuelle mutation

Il n'est plus à démontrer que l'entreprise vulnérable aux contextes d'évolution de son activité, doit se munir de compétences pointues afin de minimiser les risques qui, volontaires ou pas, nuisent à son bon fonctionnement, et de penser à anticiper toute défaillance de manière raisonnée.

Le contexte de la gestion de la sécurité :

Conscients des enjeux éthiques que peut représenter la gestion dans sa globalité et du recours à la technicité affirmée tant recherchée par les managers pour établir de bonnes conduites tant au niveau externe (conformité aux lois, création de valeur, optimisation de compétitivité, ...) qu'interne (amélioration et maîtrise des risques, réduction de coûts ,mobilisation des salariés, ...), les organisations multiplient le recours aux interventions multiples d'experts pour remédier aux divers dysfonctionnements ou choisissent l'agilité et le management proactif des activités par le conseil, l'accompagnement et la formation.

La sécurité au cœur de la réflexion :

Les Politiques de sécurité sont indissociables, et la volonté d'intégrer les concepts de gestion de la sécurité à la fois dans une optique technique et managériale font que la composante organisationnelle de chaque entreprise cherche des solutions pratiques et opérationnelles pour réduire les coûts induits par la non-conformité et la négligence des aspects sécuritaires qui couvent l'entreprise. C'est pourquoi, LMPS Consulting (Premier cabinet spécialisé en sécurité, gestion des risques et conformité à être certifié ISO 27001 au Maroc) lance son centre de formation sous la marque Security Institute pour répondre à la demande croissante de formations en sécurité dans tous ses niveaux (Sécurité de l'Information, Gestion des Risques, Continuité de l'Activité, Santé et Sécurité au Travail, Sécurité Alimentaire, Sécurité de la Chaîne d'Approvisionnement, ...) mais aussi par la réponse aux besoins imbriqués de gestion (Gestion des Services TI, Gestion de la Qualité, Gestion de l'Environnement, Responsabilité Sociétale, ...) qui dote l'entreprise de capacité d'évolution intrinsèque à effet mesurable.

Renforcé par des partenariats forts avec le PECB, EC-Council, DRII, ..., Security Institute offre un éventail de formation qui accompagne les entreprises dans la quête de la performance continue.

Forts de ses valeurs, le partage de la connaissance se fait en toute confiance au Security Institute en garantissant la mobilisation de notre capital humain pour la satisfaction des intervenants avec l'usage de référentiels approuvés par des experts et dont l'efficacité est majoritairement induite par la maîtrise, la pratique de mise en œuvre et d'implémentation réussie.

Les solutions apportées par la maîtrise de la sécurité :

L'idée de permettre à toute organisation, d'avoir accès à une gamme complète de formations axées autour de la sécurité, avec implication de la direction des ressources humaines à l'appropriation de contraintes stratégiques, fait que la solution maîtrise des risques n'incombe plus en priorité à un seul fait responsable, puisque le système de gestion étant lié, doit permettre une meilleure synergie fonctionnelle.

Il est à noter que toute organisation soucieuse à la fois du bien-être de ses individus et du développement continue, doit rigoureusement sélectionner les acteurs qui sauront apporter les meilleurs solutions de conseil et de formation, et pourra juger en conséquence l'amélioration de sa position concurrentielle et mise à disposition d'un capital-connaissance valorisant et exploitable à court, moyen et long terme.

« Security Institute, le Savoir qui Procure Sécurité et Confiance ».

Security Institute
- Adresse : Technopark, Route de Nouaceur, BP 16488 Casablanca Maroc
- Site : www.secur-institute.com • Mail : contact@secur-institute.cwom
- Tel : +2125 22 52 77 85 • Fax : +212 5 22 527 7 89

Tbook délocalise son support international au Maroc

La société Tbook spécialisée dans les solutions de mobile learning s'installe au Maroc. Les détails sur cette nouvelle aventure entrepreneuriale avec Driss Chahir, directeur associé.

Maghreb Digital : Tbook s'installe au Maroc pour commercialiser une offre de mobile learning. Quel est votre offre pour les entreprises au niveau technique et contenu?

Driss Chahir : TBook est une application Android sur tablettes numériques et smartphones. Sont proposés des médias et contenus pédagogiques (tels que vidéos, quizz, pdf..) permettant d'accompagner les apprenants avant, pendant et après les formations.

Maghreb Digital : Tbook est une aventure non seulement internationale mais aussi marocaine. Quel est l'apport de la filiale marocaine dans cette aventure internationale?

Driss Chahir : TBook est né en France et a déjà conquis de gros groupes tels que par exemple la Poste ou le groupe IGS.

C'est donc tout naturellement que la société a décidé de partir à la conquête de l'international.

Le Maroc a de solides liens avec la France. Le poids historique est considérable.

Par ailleurs, le Royaume a affirmé sa volonté de s'ériger en un véritable hub technologique par le biais notamment de sa feuille de route du programme Maroc Numeric.
Une véritable dynamique s'est alors instaurée avec une multitude de transformations.

TBook ambitionne d'en devenir l'un des acteurs majeurs afin de permettre à terme un accès à la connaissance pour tous.



Driss CHAHIR Directeur associé de la société Tbook

Nous allons mettre en place le support client international de T-Book au Maroc. Nous gérerons des comptes internationaux de T-Book à partir du Maroc. Le déploiement mondial de T-Book reposera en grande partie sur la plateforme marocaine.
Par ailleurs nous produirons et modéliserons du contenu de formation destinés aux marchés africains et arabes.

Maghreb Digital : L'enjeu aujourd'hui est dans le contenu des formations plus que le matériel. Quel est le modèle de votre offre tablette/module de formation?

Driss Chahir : L'objectif est simple : un accès illimité à la formation.
Le business modèle est basé sur le partage des connaissances. A chaque développement de formation, l'ensemble de la communauté peut y avoir accès.

Propos recueillis par R. **Jankari**

Business intelligence : de la donnée à la sagesse

Fayçal BENACHOU
fbenachou@ribatis.com

BIO-EXPRESS

Fayçal BENACHOU
Directeur Associé au sein du cabinet RIBATIS, spécialisé dans l'organisation, le management et l'intégration des systèmes d'information. A ce titre il a conduit plusieurs projets d'organisation autour des référentiels CMM-I , ITIL et Six Sigma. Il a également réalisé plusieurs projets et missions d'intégration d'ERP/Progiciels, d'urbanisation SI, de Business process et de schémas directeurs SI pour le compte de grandes entreprises Françaises et Marocaines.

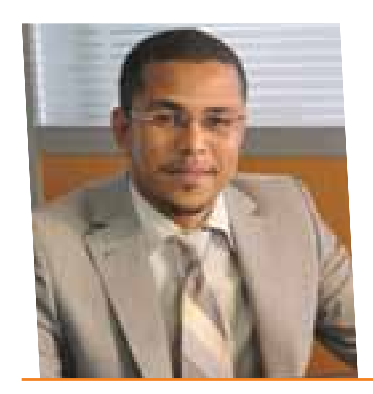
Avant de rejoindre Ribatis, Fayçal a évolué au sein du groupe « SQLI » à Paris entant que directeur de projet où il avait la responsabilité de plusieurs projets e-business.
Auparavant, il a évolué au sein de « General Electric Healthcare Technologies » à Paris, où il a occupé successivement les postes d'ingénieur développement temps réel, Team leader, puis project manager sur des projets de développement de logiciels embarqués.

Le rôle de la Business Intelligence consiste en 2 mots à Collecter puis Valoriser les données de l'entreprise pour accélérer la prise de décision et accroitre les profits de l'entreprise. La BI concerne la direction générale et la direction financière mais également les responsables de rayons et les responsables du contenu web d'un site web.

A quelles problématiques répond la BI ?
Si on veut ordonner les formes du savoir humain du niveau granulaire au niveau agrégé et du spécifique au général, une façon de faire serait la suivante :
- **Donnée**
- **Information**
- **Connaissance**
- **Sagesse**

La BI répond au trois premières formes, pour la dernière il faudra attendre un peu ...
Pour illustrer ces propos, empruntons 3 questions posées par de simples utilisateurs :
Question 1 : Quelles sont les commandes en cours ? (Reporting)
Question 2 : Comment évoluent mes ventes dans le temps et selon les régions ? (Analyse)
Question 3 : Que puis-je déduire de mes ventes ? (Datamining)

La première question demande **une Donnée** et **les Outils de Reporting** ont été pensés pour répondre à ce genre de questions. En effet, ces outils facilitent le travail quotidien des opérationnels, en leur offrant des rapports paramétrables, préformatés, et en leur permettant de construire eux-mêmes leurs propres rapports, par le biais d'une couche orientée business.


Fayçal BENACHOU

La limite de ces outils réside cependant dans le fait qu'il est nécessaire de définir de nouvelles requêtes à chaque étape de l'analyse. D'autre part ces outils sont bridés par les limitations du langage SQL (langage utilisé pour interroger les bases de données). Par exemple, le langage SQL ne permet pas d'extraire les 5 meilleurs clients d'une entreprise.

Les outils de reporting sont intéressants pour les prototypes et pour scruter les données, les interroger. Bon niveau d'autonomie pour les utilisateurs !

La deuxième question demande **une Information** et **les Outils d'Analyse Multi-dimensionnelle** en sont les spécialistes. Ce genre d'outils permet d'analyser les tendances, de se poser des questions « ouvertes » contrairement au reporting.
Les rapports ne sont plus figés, on peut croiser différents axes d'analyse ►► ayant chacun plusieurs niveaux de détail, et mesurer la performance sur différents critères quantitatifs (CA, bénéfices, marges,...).

La troisième et dernière question recherche **une Connaissance**. **Les Outils de Data Mining** sont conçues à cette fin. Ces outils analysent eux-mêmes les données historisées, et déduisent automatiquement les tendances et les éventuels problèmes futurs, et ce à partir de calculs statistiques et d'hypothèses. L 'historisation des données sert de base aux techniques de simulation et de prédictions utilisées par ces outils.

On s'accorde à dire que l'objectif ultime de l'Homme est d'accéder à la sagesse. Mais avant d'accéder à la sagesse ultime, il lui faudra d'abord maîtriser de proche en proche la donnée, l'information puis la connaissance.
Pour l'individu comme pour l'organisation, la donnée représente le matériau de base à partir duquel l'information et la connaissance sont construites. Elle doit donc être de qualité en respectant des critères de : Fiabilité, Précision et Accessibilité.
Toute non qualité sur l'un de ces critères entraînera la non satisfaction des utilisateurs et des besoins de l'organisation, par conséquent les bénéfices obtenus seront moindres.
La donnée est donc réellement une ressource de l'entreprise, au même titre qu'un bien matériel, et à ce titre elle peut être valorisée comme suit :
Valeur d'une donnée = bénéfices obtenus - coûts (de stockage, maintenance...)

On peut également lui définir un cycle de vie qui passe par 4 étapes :

- **Planification** (stratégie, architecture du SI, modèle de donnée, ...)
- **Acquisition** (collecte, stockage, organisation, restitution, ...)
- **Maintenance** (Mise à jour de l'information et/ou de sa représentation)
- **Suppression** (Donnée qui n'est plus utile)

Ce cycle de vie neutre peut être à la fois un cycle de Qualité et un cycle de Non Qualité.

Le cycle de non qualité

Commençons par le cycle de non qualité. C'est à dire par ce qu'il ne faut pas faire !
La mauvaise qualité des données induit un stockage de plus de données et de façon redondante suite à une perte de confiance dans les données (incompréhension ou inexactitude des données).
Il existe deux principaux cas de figure :
La création d'une nouvelle application gérant des données déjà gérées par ailleurs : Il y a ainsi collecte puis stockage dans des bases de données orientées pour les besoins propres d'applications «produit» et non pour l'ensemble de l'entreprise.

Le développement d'interfaces et de sur-couches pour essayer de pallier à la non qualité
Dans les deux cas, la complexité du SI s'accroît et la donnée est alors souvent à usage spécifique et difficilement partageable. Ceci induit plusieurs conséquences tant en interne qu'en externe :

Perte de clients ou d'opportunités : A l'heure où l'on parle tant de la valeur d'un fichier client par exemple, on laisse se déprécier la valeur des informations sur la clientèle.
Prise de décisions impertinentes : Une prise de décision implique déjà par défaut une prise de risque. Des données fausses ou incorrectes accroissent ce risque. Une qualité médiocre gêne donc la stratégie des affaires à long terme.
Gaspillage des ressources de l'entreprise : Non seulement la non qualité entraîne des coûts de développement et de maintenance, mais nécessite des interventions humaines rarement motivantes pour les collaborateurs.
Cloisonnement entre services : Chacun n'ayant confiance qu'en ses propres données, car les comprenant et connaissant leur niveau de qualité, il y a non partage des connaissances. De plus ce cloisonnement est un frein à l'élaboration de processus transversaux à l'entreprise. Or c'est précisément ce que souhaitent mettre en place les entreprises !

Le cycle de qualité

Une donnée est de qualité si elle satisfait les attentes des clients (en interne à l'entreprise, ou le client final). La notion de qualité n'est donc pas une notion universelle, mais à adapter au cas par cas, et suivant l'utilisation qui en est faite.
Dans la littérature, la qualité de la donnée peut être mesurée à travers l'analyse d'une trentaine de critères répartis en 4 catégories : Intrinsèque, Contextuelle, Représentation et Accessibilité.
Prenons en quelques exemples : ►►

• Exactitude par rapport à la source originale
L'exactitude par rapport à une source originale mesure à quel point les valeurs de la donnée stockées sont identiques à une source de données considérée comme faisant autorité. Les problèmes de non exactitude arrivent notamment lorsqu'une ou plusieurs des applications aval ayant traité la donnée ont introduit des erreurs ou alors s'il y a eu une resaisie manuelle erronée de la donnée originale.

• Respect des règles de gestion
Les règles de gestion de la donnée doivent être vérifiées au travers de la valeur de la donnée. Il peut s'agir de contrôler la donnée par rapport à un format, une plage de données, à son existence dans un référentiel...

Les problèmes de non respect des règles de gestion arrivent notamment lorsque les règles de gestion ne sont pas clairement définies ou lorsque le logiciel traitant la donnée n'est pas de qualité.

• Complétude
La complétude indique dans quelle proportion les valeurs d'une donnée sont renseignées. Une insuffisante complétude arrive notamment lorsque la saisie de la donnée est facultative.

Systèmes de production et systèmes décisionnels

Garantir une qualité de données irréprochable peut se confronter parfois aux réalités organisationnelles et techniques de l'entreprise. Le système d'information de production a en effet comme priorité la gestion de l'opérationnel, des tâches quotidiennes et de la données en temps réel.

Il est naturellement orienté processus métier et tourné vers le court terme. Toute action permettant de faciliter le travail au quotidien passe en priorité par rapport au besoin plus long terme d'avoir un référentiel de données cohérent, intégré et de qualité.

Malgré les efforts qu'une entreprise pourrait déployer pour améliorer la qualité des données produites par son système d'information de production, le traitement et la qualification de ces données restes obligatoire.

Les solutions DataWarehouse (ou entrepôt de données) sont conçus à cet effet. La mise en place d'un DataWarehouse devrait en effet permettre de créer **un socle cohérent et transverse aux différents domaines** pour remédier à un existant
• fortement hétérogène,
• générant des redondances et des interfaces complexes,
• dans lequel plusieurs sources de données cohabitent,
• et qui ne propose pas l'ensemble des informations nécessaires à la satisfaction des besoins utilisateurs.

L'opération de Datwarehousing est de loin la plus délicate et la plus critique dans un projet décisionnel. Une fois la **Donnée** assainie et qualifiée, son exploitation devient relativement facile et sa transformation en **Information** puis en **Connaissance** devient un jeu d'enfant !

Clôturons par quelques conseils issus de la pratique :

• Il faut être bien conscient que mener un projet de datawarehousing est différent de mener un projet classique : le périmètre des besoins est plus large et fortement évolutif (le datawarehouse ne se construit pas en une seule fois), la modélisation diffère (schéma en étoile plutôt que sous forme entité-relation) ...
• Il ne faut pas sous-estimer la complexité d'un tel projet, qui se focalisera essentiellement autour de la qualité des données : volumétrie et temps de réponse, complexité des règles de gestion ...
• Il est utopique de vouloir effectuer le nettoyage des données uniquement après la mise à disposition. Il y a plusieurs risques à cela :
• Perte de la confiance du sponsor, perte de crédibilité (rejet par les utilisateurs des données),
• Coût faramineux du nettoyage après coup : il faut éventuellement revoir le modèle des données, donc une partie des développements sera à refaire.
• Il vaut donc mieux commencer par un petit projet, satisfaisant quelques besoins et pouvant être mené dans des délais raisonnables.
• Il faut utiliser les outils à bon escient (outils de nettoyage, d'intégration des données ...), et ne pas trop en attendre (les règles de gestion gardent une importance primordiale).
• Il y a un fort besoin de rapprochement entre des personnes orientées business et des personnes orientées systèmes d'information et informatique.
• Il faut impliquer le plus tôt possible les utilisateurs finaux, qui seuls pourront aider à définir la construction du datawarehouse.
• Il faut qu'une personne (ou plus) manage les données sur l'ensemble du système décisionnel.

Tout est réseau!

BIO-EXPRESS
Lamia Benhiba
Ingénieur BI et chercheur en SNA (Social Network Analysis)
Co-fondatrice du Social Media Club - Casablanca
Twitter: @lammiia
Blog: Clatteringthoughts.posterous.com



Lamia Benhiba

« Une fois que vous commencez à étudier les réseaux, il est difficile de ne pas les voir partout ». ***Sanjeev Goyal***

En 1929, Frygues Karinthy, un écrivain hongrois, a publié une collection de nouvelles sous le nom «Tout est différent» dont l'un des récit fût nommé «chaînes». Karinthy y écrivit:

«Pour démontrer que les gens sur terre sont aujourd'hui beaucoup plus proches que jamais, un membre du groupe proposa un test. Il a offert un pari que l'on pouvait nommer une personne parmi l'un milliard et demi d'habitants et par le biais d'au plus cinq connaissances, dont l'une est une connaissance personnelle, on pouvait être lié à la personne choisie»
La même idée fût reprise et popularisée par une pièce théâtrale de John Guare, où le protagoniste annonçait qu'il était "lié à toute personne sur cette planète par un chemin de six personnes." Cette idée surprenante et incroyablement profonde a donné naissance à la fameuse théorie des "6 degrés de séparation".

Des décennies plus tard, Milgram, un psycho-sociologue, a conduit une expérience qu'il a nommé "Small world experiment" (ou expérience du petit monde) où il a fourni la preuve que le degrés de séparation est effectivement de 5.5. Faisant ainsi de cette théorie l'un des concepts les plus étonnants et les plus populaires de la théorie des réseaux.

6 degrés de séparation

Deux idées maîtresses peuvent être inférées des "6 degrés de séparation". La première est que le monde est plus petit que nous l'avions jamais imaginé! De plus, avec l'avènement des réseaux sociaux et des technologies mobiles, le monde devient de plus en plus petit. Une recherche publiée par les scientifiques de Facebook Inc. a démontré que le degré de séparation s'est rétrécie en 2011 pour atteindre 4.74. Ce qui veut dire qu'il ne vous sépare de toute personne sur terre que 4 autres personnes. Quoi de plus extraordinaire!

Da la faculté de voir les réseaux

La deuxième idée est que nous faisons partie de réseaux de toute sorte. Que nous en soyons conscients ou pas, nous appartenons à un tissu de toiles interconnectées qui nous façonnent incessamment. Que ce soit chez soi, à l'école ou au boulot, nous incorporons des réseaux sociaux divers, qui peuvent être entrelacés ou totalement déconnectés. L'habileté de l'homme du 21ème siècle est de prendre conscience de la force incontournable des réseaux qui l'entourent et de les naviguer le plus stratégiquement possible. Mais pour ce faire, il faut d'abord acquérir la faculté de les voir!
Et c'est ici que la discipline de l'analyse des réseaux sociaux (Social Network Analysis ou SNA) brille de tout ses éclats. Avec une base mathématique solide héritée de décénnies de recherches en théorie de graphes, la SNA vient supplémenter la théorie en lui donnant une touche de réalité avec la visualisation en réseau. Maintenant, tout système complexe peut être modélisé en un ensemble de noeuds et de liens dont la dynamique est suivie pas à pas (cf. Figure ci-dessous). Allant des cellules biologiques, aux réseaux électriques, à la webosphère, la SNA a prouvé être une approche multidisciplinaire et innovante vers la compréhension du monde qui nous entoure.

Quels sont alors les principaux concepts et applications de la SNA? Comment peut elle nous être utile? Et pourquoi maîtriser cette discipline est incontournable pour réussir à l'ère interconnectée? Telles sont les questions auxquelles nous essaierons de répondre dans notre prochain article.

D'ici là, restez connectés !

Finance Islamique au Maroc : Perspectives informatiques

Wail **Aaminou**
Mohamed.wail@gmail.com



Wail Aaminou

BIO-EXPRESS
Wail Aaminou est Directeur Général de Spectrum, un cabinet spécialisé en conseil et formation en finance conventionnelle et islamique. Il dispose de plus 12 ans d'expérience sur des thématiques la finance d'entreprise et de marché, M. Aaminou a conseillé divers clients nationaux et internationaux dans divers domaines fonctionnels.
En parallèle à son activité professionnelle, M. Aaminou a été professeur adjoint à l'Université du Pays de Galles à Cardiff, à la Télécom Ecole de Management et à l'ENSIAS.
Auparavant, il a occupé le poste de Président et le Secrétaire Général de l'association des ingénieurs de l'ENSIAS et est actuellement le Secrétaire général de l'ASMECI Casablanca (Association Marocaine des Etudes et Recherches en économie islamique). Il a également contribué à plusieurs publications et articles dans des magazines et des journaux locaux.
M. Wail Aaminou est Fulbrighter de l'Université Duke (États-Unis), où il est titulaire d'un MBA en finance. Il est également titulaire d'un diplôme d'ingénieur de l'État ENSIAS (Maroc), et a complété le Cycle Supérieur de Gestion à l'ISCAE (Maroc). M. Wail Aaminou certifié CIMA et CIBAFI en finance islamique et actuellement prépare un Doctorat sur la sur la même thématique.

Les systèmes d'information sont indispensables dans le fonctionnement d'une institution financière.

Un arrêt total des applications bancaires pendant une heure, par exemple, causerait des pertes financières importantes pour une banque et une dégradation de son image de marque. Les systèmes d'information jouent également un rôle stratégique dans le développement de nouveaux services adaptés aux besoins du marché.

La Finance islamique marocaine qui reposera sur des processus, une réglementation et une gestion des risques spécifiques aura naturellement besoin de systèmes d'information performants pour supporter son activité.
Ceci offre un potentiel intéressant pour les Sociétés de Services Informatiques pour fournir aux futurs banques et assurances islamiques locales des systèmes d'information adaptés aux leurs besoins et de les accompagner dans leurs processus de démarrage et de croissance.

Au delà de cette vision locale, le Maroc est en mesure se positionner comme un centre de compétences technologique régional en matière de finance islamique à travers des prestations de R&D et de Support pour des éditeurs mondiaux de solutions de finance Islamique ainsi que pour des institutions financières internationales.
Le Maroc, un des leaders régionaux en délocalisation des services informatiques, est bien placé pour jouer ce rôle.

Tout d'abord cet objectif est en phase avec le projet Casablanca Finance City qui envisage l'élever la ville au rang un hub financier régional. Par ailleurs, le marché financier marocain est l'un des plus avancé du continent avec un potentiel de croissance intéressant.

Finalement, les atouts linguistiques et culturels du pays renforcent sa position en tant que pont entre le Moyen Orient et l'Europe.

Pour atteindre cet objectif ambitieux, il est nécessaire de disposer d'une stratégie bien adaptée. Un des axes de cette stratégie serait de s'allier aux meilleurs acteurs au niveau international en leur apportant l'expertise locale.
En tant que pays nous avons la chance de démarrer tardivement ce qui nous donne le recul nécessaire pour choisir nos partenaires et nos marchés. La formation resterait également la clé de voute de cette stratégie.

Il est primordial de disposer d'une taille critique de compétences maitrisant à la fois les processus de la finance islamique et l'ingénierie informatique des solutions financières pour satisfaire la demande locale et internationale.

Samsung Electronics Maroc : visite guidée de service après vente

Un centre d'appel, un réseau de centres agrées et un stock de pièces de rechanges d'une valeur de 4 millions de dollars. Tels sont les ingrédients de la stratégie de service après vente de Samsung au Maroc. Les détails.

Au fil des années, Samsung a consolidé sa présence au Maroc. Sur l'ensemble de son catalogue produits high-tech des terminaux jusqu'au réfrigérateur, la marque coréenne a réussi à grignoter des parts de marché sur ses concurrents historiques et consolider son leadership sur plusieurs segments de produits.

Or, aujourd'hui, la guerre sur le marché du high-tech se joue non seulement sur les parts de marché mais aussi et surtout sur le service après vente (SAV). Pour consolider son succès, Samsung Maroc a développé une stratégie de proximité décentralisée. Objectif : jouer la carte de la proximité géographique et la réactivité notamment dans la gestion du processus de la réparation des produits et la disponibilité des pièces de rechanges.

» Numéro à retenir : 0801002255

Le premier contact pour découvrir le fonctionnement de SAV est le centre d'appel. Samsung dispose d'un centre d'appel propre doté de cinq personnes joignable sur le numéro 0801002255 de lundi au samedi de 8H30 à 19H.

"Notre SAV dispose d'une équipe dédiée de 21 personnes avec un réseau de couverture régionale qui s'étend sur cinq zones géographiques du royaume avec une politique rigoureuse de gestion de la traçabilité des demandes reçues à travers notre centre d'appel", explique, d'emblée, Chakib Masmoud, responsable SAV Samsung Maroc.


Magasin de pièces de rechanges de Samsung à Casablanca

L'entreprise s'engage à assurer une traitement d'une requête dans un délai de 48 heures et ce en utilisant le SMS pour alerter le client de la prise de rendez-vous avec le technicien chargé de résoudre son problème.

Le nerf de guerre dans un processus de service après vente n'est pas seulement la prise de contact mais aussi le processus de gestion du stock des pièces de rechanges."Samsung Maroc dispose d'un centre de stockage de pièces de rechanges à Casablanca qui s'étend sur une superficie de 800 m2 avec un stock d'une valeur de 4 millions de dollars", précise Chakib Masmoud, un responsable qui a déjà eu l'occasion de gérer les SAV de Sony.

Cet investissement conséquent dans le SAV a permis à la marque coréenne d'atteindre un taux de réponse de 95% de disponibilité des pièces de rechanges le jour même de la demande par les clients. ▸▸

» Forte demande sur les SAV pour les smartphones

Parallèlement à la gestion de stock et pour faire face à la demande de ses clients, Samsung Maroc a préféré adopter un modèle décentralisé grâce à un réseau national de centres agréés réparti sur les 16 régions du Maroc.

Concrètement, une fois le client appelle le centre d'appel, sa requête est acheminée vers le centre agréé le plus proche pour assurer le suivi de sa demande.
"Cette opération de mise en contact avec un service agrée est accompagnée par un suivi par les équipes Samsung pour vérifier l'aboutissement de la requête", précise M. Masmoud.

La constitution du réseau des centres agrées est basée sur un modèle de transfert de savoir-faire aux techniciens et la mise à disposition d'outils et de solutions d'assistance et de réparation (coffret technique d'outils de diagnostic et de réparation).

Aujourd'hui, et sur la base de retour d'expériences des équipes de la marque coréenne, la demande est très forte sur les SAV pour les smartphones avec un pourcentage de plus de 30% sur l'ensemble des requêtes reçues de la clientèle au Maroc.

Le reste est réparti entre la demande d'informations générales et les demandes directes de réparation de produits.

Il n'en demeure pas moins que le SAV n'assure ses prestations que pour les produits disponibles sur le marché marocain ayant une garantie.

Autrement dit, si vous avez acheté votre produit high-tech à l'étranger, ce n'est pas sur que vous trouvez une solution en cas de problème auprès des SAV de Samsung Maroc!

R. **Jankari**

Microsoft Maroc renforce ses équipes

Avec l'arrivée de Samir Benmakhlouf comme nouveau directeur général de Microsoft Maroc, plusieurs cadres du marché des TIC ont décidé de rejoindre la filiale marocaine de l'éditeur de Redmond. Les détails.


Samir Benmaklouf
DG de Microsoft

» Amine Benneftah

Actuellement à la tête de la division dédiée aux grands comptes, à l'éducation et au secteur public.
Avant de rejoindre Microsoft, Amine a fait partie, pendant quatre ans, de l'équipe d'Omnidata, un des leaders nationaux en systèmes d'information au Maroc.
Il a travaillé en tant que Directeur des Infrastructures Logicielles et Services, gérant un portfolio diversifié (Télécoms, Banques, Assurances, Industries, Organismes publics et semi-publics).
Amine a commencé sa carrière aux Etats-Unis, où il a exercé pendant sept années chez AT&T, la plus grande entreprise de télécommunications américaine, puis deux années chez Art.com, leader mondial de la distribution en ligne de décoration murale artistique.
Amine Benneftah est diplômé en Gestion de l'Université du Montana et est titulaire d'un MBA de l'Université du Nord-Texas.

» Aziz Bennis

Actuellement a pris en charge le COSUMER CHANNEL GROUP chez Microsoft, une division récemment créée avec en particulier la gestion et le développement du segment Retail ainsi que le segment traditionnel de l'OEM. Il est Lauréat de l'ISCAE et d'un Diplôme de 3ème cycle en Droit et Economie des pays en développement. Il a passé 2 ans au sein de l'Université Nice-Sophia Antipolis afin de diversifier sa formation d'origine dans le management des entreprises, Aziz Bennis démarre sa carrière début 1994 à Casablanca en prenant en charge la gestion d'un cabinet d'Audit et d'expertise comptable.
Moins de 2 ans plus tard, une opportunité s'offre à lui de rejoindre le leader du crédit à la consommation, Eqdom. En 2000, Aziz Bennis rejoint HP, leader dans les TIC.
Ca sera l'occasion pour lui d'internationaliser ca carrière dans une des plus grandes multinationales au monde. Pendant plus de 12 ans, Aziz Bennis a participé activement au développement sans précédent de HP ce qui lui a permis de jouir dans la multinationale d'une très bonne réputation de commercial confirmé et de gestionnaire affuté.
Aziz Bennis, Né en 1969 est Marié et a 2 enfants.

» Mohamed Bensaid

A été nommé Directeur Général Microsoft Mauritanie.
Il a intégré Microsoft Maroc en 2007 pour gérer le Consumer Channel Group qui intègre le segment OEM et le Retail. Bensaid a débuté sa carrière professionnelle en 2001 au Moyen Orient au sein de Hewlett-Packard (HP). Basé à Dubai, il a développé le Retail sur l'ensemble des pays du Golfe pouwwr HP.
Il a ensuite intégré Toshiba Moyen Orient et Afrique en 2006 entant que Directeur Commercial pour la région du Gwolfe.
Il est diplômé de l'Université Américaine de Sharjah aux Emirats Arabes Unis. Mohamed Bensaid est né en 1979 à Tanger, il est marié et père de 2 enfants.

» Meryem Benmoussa

A rejoints l'équipe Marketing de Microsoft Maroc en juin 2012 en tant que « Marketing and communication manager Maroc».
Meryem définit, planifie et coordonne ►► le déploiement des plans d'action Marketing et de support aux forces de vente en totale interaction avec les différentes directions du team Maroc.
Meryem a rejoint Microsoft Maroc forte d'une expérience réussie de 7 ans dans le marketing et la communication au sein de la première agence de communication KLEM EURO RSCG (Maroc).

Chez KLEM EURO RSCG, Meryem était directrice de clientèle pour le compte de sociétés majeures opérant dans plusieurs secteurs stratégiques et à fort degré de concurrence dont la téléphonie, l'automobile, la banque et la grande consommation.
Meryem a fait ses études en France et détient un Master en marketing et communication à l'école supérieure de publicité.
Mariée et mère d'un garçon.

» Nizar EL Ouarti

A rejoints l'équipe Microsoft Maroc le 12 Septembre 2012 en tant que « Account Technology Strategist » chargé du conseil technique auprès des grands comptes afin de les aider à tirer le meilleur retour sur investissement des solutions Microsoft.
Nizar se joint à Microsoft avec une expérience de plus de 7 ans dans le marché NTIC avec expertise dans le domaine des services Cloud, virtualisation, Data Center Design & Sécurité. Avant de rejoindre Microsoft, Nizar travaillé pendant 4 ans en tant que Consultant avant-vente Senior à CASANET (Groupe Maroc Telecom), il a participé à la conception et à la mise en œuvre de plusieurs grands projets de Data Center. Il a également pris en charge le développement des offres de Cloud public destiné aux PME. Nizar a également une expérience de 3 ans en gestion de projet au sein de la même entreprise.
Il détient un MBA ainsi qu'un diplôme d'ingénieur en système d'information de l'Université Al Akhawayn, ainsi que de nombreuses autres certifications technique et de gestion de projet. Nizar est nouvellement marié et il est passionné par le football, l'équitation et la lecture.

» Mohamed Fassi Fihri

Mohamed débute sa carrière à New York en tant que Consultant au sein de Capgemini. Dans le cadre de cette fonction, il intervient sur un grand nombre de projets majeurs de transformation SI. En 2006 et suite à son retour au Maroc, il intègre Logica North Africa comme Responsable de projets au sein du Centre de Compétences SAP et pilote les engagements opérationnels pour le compte de clients européens ayant fait le choix de de délocaliser leurs développements informatiques.
Deux ans plus tard, il prend en charge le lancement et le développement des activités de Logica à destination des clients au Maroc. A ce poste, il contribue avec succès à la définition et la mise en exécution de la stratégie commerciale de croissance autour des offres de conseil en système d'information, intégration de solutions et tierce maintenance applicative.
Mohamed rejoint Microsoft le 22 cctobre 2012 pour prendre en charge les activités de services Premier sur l'ensemble du territoire national. Les services Premier proposent aux entreprises un accompagnement durable et support de bout en bout dans le but de réduire les risques, garantir la disponibilité et renforcer la productivité des environnements critiques.
Il est diplômé de Arizona State University avec un Bachelor en Computer Science et de Texas A&M University à College Station Texas avec un Master of Science in Management of Information Systems.
Il est marié et a une fille âgée de 7 mois.

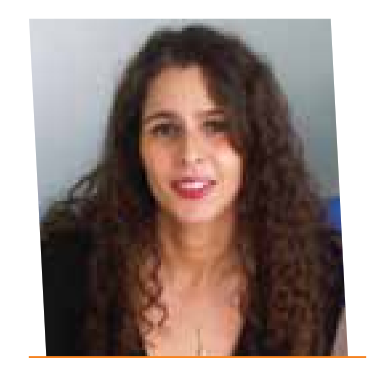
» Adil Kaddioui

Après deux années de classes préparatoires aux lycée MED V à Casablanca, Adil a intégré l'Ecole Nationale Supérieur d'Electronique, d'Informatique et de Radioélectricité de Bor deaux.
A l'obtention de son diplôme d'ingénieur d'état en électronique, Adil a démarré sa carrière comme Design Engineer au sein de STMicroelectronics pour la division Digital Video pendant 2ans, avant de rejoindre le business IT chez LOGIX Maroc (Distributeur IBM) en tant que HW Pre Sales et HW Sales par la suite, 2 années plus tard il intègre FORUM International, l'un des partenaires/intégrateurs majeurs d'IBM sur le marché pendant près de 6 ans, en tant que Sales senior et Sales Manager par la suite.
Natif de Casablanca, Adil y a grandi avant d'aller étudier en France. Très grand passionné de musique (flamenco et jazz) et de sports (foot, basket, judo, surf...),
il est aussi un grand fan de voyages.

La chasse aux managers de Supply Chain !

BIO-EXPRESS

Ahlam HERAMCH
est Consultante RH depuis Janvier 2007 au sein du cabinet EUMATECH, spécialisé dans le recrutement de Middle et Senior Managers. Titulaire d'une Maitrise LEA à la Sorbonne, elle a complété sa formation par un Master spécialisé en Ressources Humaines à l'Université Lyon 3. Avant de rejoindre Eumatech, Ahlam a cumulé plusieurs expériences à Paris chez l'ANPE, Manpower puis chez Devoteam.



Ahlam HERAMCH

Le Maroc, en pleine mutation économique et sociale, traverse une phase de tension sur les profils de Senior Managers. Dans ce contexte, Eumatech, cabinet Marocain de « head hunting », reçoit depuis une dizaine d'années de nombreuses demandes d'approche directe de cadres dirigeants.

Ces demandes émanent autant de PME/PMI cherchant à (re)composer leur comité de Direction/Exécutif avec des Managers capables de conduire les évolutions nécessaires, que de grandes entreprises, locales ou multinationales installées au Maroc.

Récemment, les profils de Direction de fonctions support au sein des entreprises ont été très demandées sur le marché de l'emploi au Maroc (Finances, Audit, Organisation, Opérations, RH, IT, supply chain...).

Au même titre que les Directions Informatiques ou des Ressources Humaines, longtemps considérées comme des postes de « coûts » et non des centres de profits au sein des entreprises et de la part des Directions Générales, nous avons vécu ces dernières années un schéma assez similaire au sujet des Directions Supply Chain au Maroc.

» Coûts logistiques : 20% du PIB

Prenons comme exemple justement ces postes de Management au niveau du secteur et des fonctions supply chain au Maroc. Longtemps négligée au Maroc, plusieurs études récentes ont démontré que les coûts logistiques représentant près de 20% du PIB au Maroc.

Ces dernières années, différentes études, rapports et contrats programmes du gouvernement ont mis en avant ce manque de compétitivité logistique du Maroc et ont sensibilisé tous les acteurs économiques marocains à cette problématique.

Ainsi, des formations locales spécialisées à ce sujet ont commencé à voir le jour au début des années 2000, ce qui a posé le problème de la disponibilité immédiate de ressources en senior management dans la supply chain. Les 1ères promotions marocaines sont à l'heure actuelle en train de devenir « Senior », mais nous en manquons encore.

» Les bonnes ressources de Direction Logistique et Supply Chain se font encore rares !

De ce fait, plusieurs recrutements à ce niveau de fonction que nous avons été amenés à réaliser ces dernières années sont des profils (marocains ou étrangers), ayant suivi des formations spécialisées à l'étranger à ce sujet ainsi qu'un parcours professionnel de qualité, leur permettant d'apporter les « best practices » à ce sujet au Maroc. A présent que les ressources locales deviennent de plus en plus matures et qualifiées à ce sujet, les difficultés de trouver des Managers locaux s'amenuisent d'année en année... Mais les besoins et les ambitions sont tels sur le sujet de la supply chain au Maroc, que les bonnes ressources de Direction Logistique et Supply Chain se font encore rares !

En ce qui concerne Eumatech, nous recevons, en moyenne, au moins une mission de chasse par mois de Manager dans la supply chain en général.

Cela veut dire qu'il peut s'agir d'un Directeur Logistique d'une importante PME/PMI qui couvrira seul tous les aspects de la fonction avec une petite équipe en middle management : transport, distributions, gestion d'entrepôt, opérations en général... comme il peut s'agir d'un poste de Direction dans une grande entreprise sur un de ces sujets en particuliers qui reportera à la Direction Supply Chain de cette grande entreprise.

Il est donc important d'innover en termes de formations en proposant régulièrement de nouvelles spécialités qui soit en phase avec l'évolution du marché afin de ne pas se retrouver dans une situation de manque ou de rareté des compétences.

Les Réseaux sociaux et la révolution arabe ?

Mounir **Bensalah**
mounirbensalah1@gmail.com



Mounir Bensalah

BIO-EXPRESS

Mounir Bensalah

Mounir Bensalah, est un ingénieur et jeune activiste politique, membre de plusieurs associations et ONG ainsi que du Conseil National de l'Organisation Marocaine des Droits de l'Homme (OMDH) (http://www.mounirbensalah.org/about)

Au dernier trimestre 2012, Mounir Bensalah a publié un essai mettant en lumière 10 années d'activisme sur l'Internet dans le Monde Arabe, intitulé 'Les Réseaux sociaux et la révolution arabe ?, montrant la relation entre les cyber-activistes et le Printemps arabe. Maghreb Digital publie des extraits de cet essai qui mérite la lecture.

Depuis les évènements iraniens en 2009, après les élections, le monde s'est rendu compte que Twitter, YouTube, Facebook avaient joué un grand rôle dans la mobilisation. Parlant de Twitter, « le Département d'État des États-Unis a demandé à l'entreprise de reporter une mise à niveau du réseau qui aurait brièvement déconnecté le service. Twitter a retardé la modernisation du réseau parce que les événements en Iran ont été directement liés à l'importance croissante de Twitter comme moyen important de communication et d'information ».

Serge Michel et Paolo Woods rapportaient dans leur ouvrage Marche sur mes yeux comment les jeunes communiquaient sur Twitter et Facebook, et de quelle façon les mobilisés se donnaient « rendez-vous 30 minutes après coupure des réseaux de téléphonie sur une place centrale de protestation ».

La puissance et l'envergure que commencent à prendre (ou que l'on commence à sentir) les réseaux sociaux au Maroc et ailleurs dans le monde arabe ne se résument pas au domaine politique (même si l'éclat spectaculaire des mouvements sociaux et révoltes dans la région arabe en 2011 ont laissé croire que ce fut la seule influence), mais le dépasse pour façonner nos modes de vie sur les plans économique, social et culturel. Les grandes entreprises maghrébines ont désormais presque toutes un « community-manager » : un Monsieur réseaux sociaux. L'infrastructure a beaucoup évolué dans la région, mais les investissements suivent-ils ? A-t-on assez d'offres et de contenus Web au Maroc et dans la région ? L'e-économie est-elle vrai vecteur de développement dans nos pays ou simple mirage ? Cette activité portera-t-elle de la valeur ajoutée, de l'emploi dans la région ou s'agit-il d'un simple effet d'annonce et de promesses, comme tant d'autres non tenues ? Nous essaierons, avec l'avis des experts, d'analyser ces volets de l'économie dite virtuelle.

Sur le plan social, J. Arvis se demandait pertinement si « la culture Internet finirait par détrôner les cultures locales ». Ce qui est sûr, c'est que l'exhibitionnisme des réseaux sociaux a changé et bouleversé nos vies. Avec les réseaux sociaux, nous sommes devenus « contraints » de nous dévoiler davantage. Le domaine ▸▸ privé devient, parfois, public. Les limites sont fragiles. Au même moment, les tabous les plus ancrés dans la vie réelle sautent rapidement. Sur le Web, nos jeunes arabo-musulmans parlent de sexe, de religion, de rois, d'émirs et de présidents avec aisance.
Ceci aurait été inconcevable il y a dix ans.

Extrait du chapitre sur l'infrastructure numérique.

Etat des infrastructures liées aux réseaux des réseaux

Lorsque, encore étudiant, j'ai assisté en 2001 au séminaire « e-économie » organisé par l'APEBI (Association des professionnels de l'informatiques au Maroc) à l'Ecole Mohammedia d'Ingénieur, j'avoue que je n'ai pas du tout cru à ce qu'on disait. Khalid Elhariry, alors président de l'APEBI, plaidait pour un développement accru des infrastructures et des filières de formation dans le domaine de l'informatique et d'Internet. Naceur Hajji, alors secrétaire d'Etat aux postes, télécoms et technologies de l'Information, et Taieb Bennani, secrétaire-général, (et également l'un de mes professeurs) promettaient 10 millions d'internautes au Maroc vers 2010.

Cela m'a paru utopiste, surtout au sujet des opportunités économiques qu'offrent les nouveaux outils Internet. Je me rappelle bien mon intervention lors de ce séminaire : « Mesdames et Messieurs, quand j'entends vos chiffres et prophéties, je reste un peu sceptique. Comment voulez-vous me convaincre des potentialités qu'offre ce secteur dans notre pays alors que la moitié de nos concitoyens sombrent dans l'analphabétisme ? Dans les pays pionniers de cette "e-économie", il y a un prolongement naturel de la révolution industrielle. Peut-on aller à la "e-économie" en sautant l'étape du moteur à vapeur, c'est-à-dire l'industrialisation ? ». Aujourd'hui, onze ans après, je reconnais que je n'ai pas été assez visionnaire. Faisons le constat aujourd'hui pour savoir ce qu'il en est.

Jankari décrit la situation de la sorte : « Nous vivons au Maroc un paradoxe de taille en la matière : d'une part, une explosion en termes d'infrastructures : 13 millions d'internautes, 3 opérateurs ; et d'autre part, une offre de services qui peine à exister. C'est comme si on nous donnait des voitures sans construire les routes, ou disons, des millions de voitures (accès et infrastructures) et quelques kilomètres de voies carrossables ! Un indicateur de taille est que plus de 90% de la bande passante Maroc est utilisée à l'étranger, c'est-à-dire que l'utilisateur marocain passe son temps sur des services étrangers à cause de la pauvreté de l'offre de service locale. C'est ce que j'appelle des "Harragas virtuels" ». Ce constat est largement partagé par l'Institut de prospective économique du monde méditerranéen, IPEMED. Dans une étude récente, l'institut affirme :
« Il n'existe pas de structure de soutien aux contenus dans les gouvernements du Sud. La construction d'infrastructures de réseaux et le développement de la consommation de TIC sans une véritable industrie de contenus, aboutit à renforcer la dépendance des pays du Sud à l'égard des pays du Nord, producteurs de savoir-faire. »

» Chiffres Internet et télécom au Maroc

Le Maroc, sous l'impulsion de la libéralisation du secteur de télécom, compte 3 opérateurs actifs : Maroc Télécom, Méditel et Inwi. Cette libéralisation a commencé en 1998 avec l'installation de l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications ANRT, dont les deux principales missions sont la libéralisation du secteur et la réglementation. Dans son dernier rapport annuel, datant du 3e trimestre 2011 et relatif aux chiffres de l'année 2010, on peut trouver les informations suivantes :

- « Grâce à une progression de 6,63% du nombre d'abonnés, le taux de pénétration de la téléphonie fixe a été porté à 11,9% à fin 2010, contre 11,3% en 2009.
A fin 2010, le parc global d'abonnés s'élève à environ 3,7 millions contre 3,5 à fin 2009. La téléphonie fixe avec mobilité restreinte reste le mode dominant avec 2,5 millions d'abonnés.
- Le marché de la téléphonie mobile poursuit sa forte croissance. Le nombre d'abonnés a atteint près de 32 millions à fin 2010, contre 25,3 à fin 2009, soit une croissance annuelle de 26,36%. Le taux de pénétration de la téléphonie mobile a ainsi enregistré un bond de 20 points en une année et a dépassé, pour la première fois, le seuil des 100%. Il s'établit à 101,5% à fin 2010 (contre 81,2% l'année précédente).
- Le marché de l'Internet a poursuivi sa forte progression au cours de l'année 2010, avec une croissance annuelle du parc d'abonnés de 57,3% (1,86 million à fin 2010, contre 1,18 à fin 2009). ▸▸

▸▸ Le taux de pénétration au sein de la population a suivi une courbe parallèle, avec un taux de 5,9% à fin 2010 (contre 3,8% une année auparavant) Les abonnés de l'Internet mobile 3G dominent désormais le marché avec une part de 73,2% du parc global à fin 2010, contre 59,6% en 2009. Ce mode d'accès a connu une croissance importante de 93,2% sur une année. Le parc d'abonnés à ces services est ainsi passé de plus de 700 000 à fin 2009, à 1,36 millions à fin 2010.

• A fin 2010, le nombre de noms de domaine ".ma" s'élève à près de 38 000, contre 34 008 à fin 2009, soit une croissance de 11,8%. »

Selon le « Internet World Stats », le Maroc comptait, au 31 décembre 2011, 15,7 millions d'internautes. L'Egypte à la même période comptait 21,7 millions d'internautes, l'Algérie 4,7, le Soudan 4,2 et la Tunisie 3,9.

Le Maroc se retrouve en haut du podium des pays de l'Afrique et de l'Afrique du nord en matière de pénétration avec 49% de taux d'utilisateurs d'Internet !

» Arsenal juridique marocain en matière d'Internet

Afin de préparer les investissements, mais aussi pour instaurer un climat de confiance chez les utilisateurs d'Internet, le Maroc s'est doté d'un arsenal juridique moderne. En voici quelques exemples non exhaustifs :

• Loi 24-96 relative à la poste et aux télécommunications (libéralisation du secteur télécom et instituant l'ANRT).
• Loi 02-00 relative aux droits d'auteurs et droits voisins.
• Loi 07-03 complétant le code pénal, en matière d'atteinte aux systèmes de traitement automatiques des données.
• Loi 53-05 relative à l'échange électronique des données juridiques (appelé également loi de signature numérique).
• Divers circulaires et arrêtés ministériels sur la télé-déclaration et télépaiement des taxes, des cotisations sociales et des frais de douane.
• Loi 09-08 relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements des données à caractère personnel (instituant notamment la Commission Nationale de Contrôle de la Protection des données à caractère personnel).

» Infrastructure et volumes de paiement électronique

Le secteur du paiement électronique est encore embryonnaire au Maroc, mais le secteur connaît une croissance à 2, voire 3 chiffres ! Avec les efforts de bancarisation, et l'ouverture de la possibilité du paiement en ligne, le secteur est l'un des plus prometteurs. Selon Jankari, citant le Centre Monétique Interbancaire (CMI), « le Maroc compte plus de 7 millions de cartes » en 2010. Si l'on ajoute les cartes éditées par la poste marocaine, autorisée à commercialiser des produits bancaires, le nombre pourrait atteindre facilement 10 millions, ce qui représente plus de 30% de taux de pénétration.

L'office des changes a autorisé les Marocains depuis 2011 à disposer d'une réserve de 10.000 Dh (environ 900 euros) annuelle pour le paiement électronique à l'étranger, en plus de 40.000 Dh déjà autorisés en termes de dotation touristique annuelle. Plusieurs banques marocaines offrent des cartes dédiées. Selon le CMI, « durant le 1er trimestre 2012, les cartes marocaines à validité internationale, ont réalisé 82 000 opérations à l'étranger, retraits et paiements, pour un montant global de 150,3 millions de Dh, en progression de 68,4% en nombre et 41,2% en montant par rapport à la même période l'année précédente ». La plateforme Maroc Télécommerce (unique opérateur pour le moment) et le CMI ont équipé plus de 140 sites Internet de passerelles de paiement électronique sécurisé fin 2010. Aujourd'hui, de gros volumes sont attendus, dans la mesure où de grands services (Télécom : Maroc télécom, Méditel, Régies de distribution d'eau & électricité : Lydec, Redal) ont ouvert une plateforme de paiement en ligne. Selon les derniers chiffres du CMI, « le paiement en ligne via cartes bancaires auprès des sites marchands affiliés au CMI a connu une progression de 71,3% en passant de 94,5 millions de Dh durant le 1er trimestre 2011 à 161,8 millions de Dh durant le 1er trimestre 2012. L'activité par cartes marocaines a évolué de 68% tandis que l'activité par cartes étrangères a progressé de 134,5% durant cette même période. Le nombre de transactions e-commerce est passé de 112 000 à 250 000 opérations (multiplié par 2,2). L'activité reste fortement dominée par les cartes marocaines, auteurs de 93,2% en volume ». Fin 2011, plus de 300 marchands électroniques se sont ajoutés à ceux déjà en place.

Note, la nouvelle tendance

Samsung GALAXY Note 10.1

Avec le Galaxy Note 10.1, découvrez un nouveau concept dans le monde des tablettes. Faites parler votre imagination et stimulez votre créativité avec des outils créatifs et passionnants tels que le S Pen, l'écran tactile multifonctionnel de taille optimale et bien plus encore.



10.1 large screen | Precise S Pen Input